

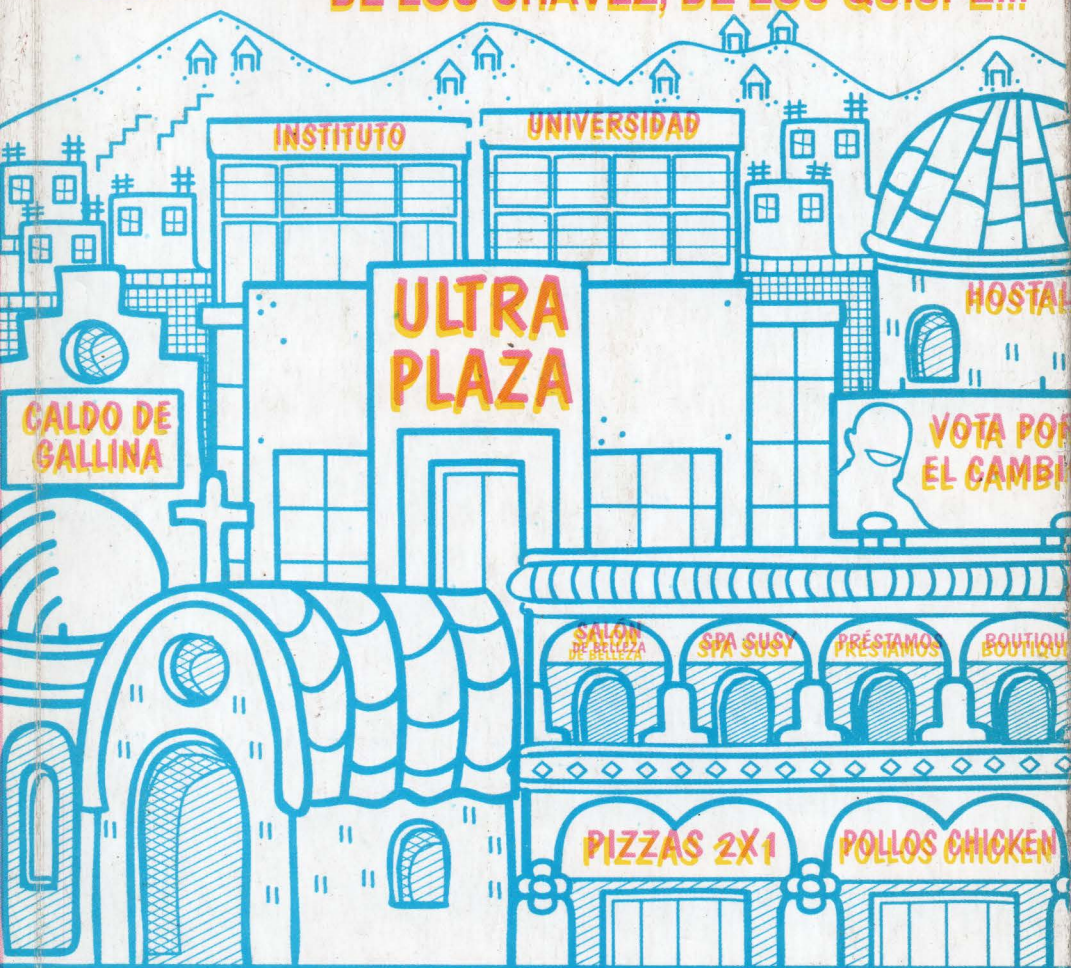
ROLANDO ARELLANO

CIVDAD

DE LOS REYES

DE LOS CHÁVEZ, DE LOS QUISPE...

Del autor de:
**BUENO, BONITO Y BARATO
Y AL MEDIO HAY SITIO**



Planeta



arellano marketing

investigación | consultoría

**OTROS TÍTULOS
PUBLICADOS POR ESTE
GRUPO EDITORIAL:**

EL PERÚ DE YEROVI

Nicolás Yerovi

BUENO, BONITO Y

BARATO 1,2 Y 3

Rolando Arellano

SECRETOS

SEXUALES

Ricardo Badani

LA MADERA DEL ALMA

Gianmarco Zignago

APRENDE A SER FELIZ

Rafael Zavala

EXTRATERRESTRES

Sixto Paz Wells

UN ÁNGEL EN MI VIDA

Frieda Holler

10.06.2017

*Ciudad de los Reyes,
de los Chávez, de los Quispe...*

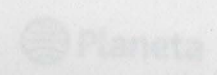
10.06.2017
Fecha de
impresión

ROLANDO ARELLANO

**Ciudad de los Reyes,
de los Chávez, de los Quispe...**

Ciudad de los Reyes,
de los Chávez, de los Quispe ...

América Latina



ROLANDO ARELLANO
DAVID BURGOS

**Ciudad de los Reyes,
de los Chávez, de los Quispe ...**

Este libro no podrá ser reproducido, total ni parcialmente, sin el
previo permiso escrito del editor. Todos los derechos reservados.

Ciudad de los Reyes, de los Chávez, de los Quispe...

© 2010, Rolando Arellano

© 2010, Editorial Planeta Perú S. A.

Av. Santa Cruz No 244, San Isidro, Lima, Perú.

www.editorialplaneta.com.pe

Corrección de estilo: Juan Carlos Bondy

Diseño de cubierta: Erick Saldaña y José Miguel Lara

Diagramación: Daniel Torres

Primera edición: abril 2010

Tiraje: 4.000 ejemplares

Primera reimpresión: febrero 2012

Tiraje: 1.500 ejemplares

ISBN: 978-9972-239-98-4

Registro de Proyecto Editorial: 31501311200067

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2012-01218

Impreso en Metrocolor S. A.

Los Gorriones 350, Chorrillos.

Lima, Perú.

Índice

Agradecimientos	7
A seis años de <i>Ciudad de los Reyes, de los Chávez, de los Quispe</i>	10
Prefacio	12
Introducción	17
Capítulo I	
Lima de antaño y Lima de hoy	23
Primera mitad del siglo XX (de 1900 a 1949)	25
Segunda mitad del siglo XX (de 1950 a 2000)	33
Continuación del crecimiento: siglo XXI	44
Historias de limeños (1)	47
Capítulo II	
Ciudad de todos	50
La adaptación de Lima Central y Lima Conurbana	51
Limeños actuales de una Lima intensamente peruana	60
Los Estilos de Vida	64
Historias de limeños (2)	67
Historias de limeños (3)	69
Capítulo III	
Lima actual	72
Los antiguos conos y sus nuevas denominaciones	74
El tamaño de las familias de Lima	85
Los géneros en Lima Metropolitana	87

Lima Conurbana: la más joven de Lima Metropolitana	88
Estudios cortos para «chambear al toque»	90
Neolimeños con más empleo que los clásicos	92
Dependientes e independientes, limeños clásicos y neolimeños	93
Lima Conurbana: hacia la consolidación de ciudades autónomas	95
La zona ya no es tan determinante en la capacidad de gasto	98
Los «lujos» ya son cosa «del diario»	104
El poder económico de Lima Conurbana	107
La mujer limeña: trabajadora, práctica e independiente	110
El nuevo consumidor limeño	116
Impulsadores del desarrollo de las zonas «pobres» de Lima Metropolitana	142
Historias de limeños (4)	148
Capítulo IV	
Lima y su futuro	151
¿Cómo será el mercado de Lima?	154
Lima Norte..., «para muestra, un botón»	159
Desarrollo consolidado de la Lima Conurbana	164
¿Cómo evolucionan los limeños?	170
Algunas otras tendencias a tener en cuenta	174
Historias de limeños (5)	179
Historias de limeños (6)	181
Anexo	183
Referencias bibliográficas	189

Agradecimientos

Como la mayor parte de realizaciones de la ciudad de Lima, a la que algunos llaman individualista y poco solidaria, este libro es el resultado del esfuerzo de muchas personas e instituciones que comprendieron la importancia de conocer adecuadamente el nuevo paisaje de la capital, del que todo el mundo hablaba y que nadie comprendía. Ellas merecen ser reconocidas aquí.

En la elaboración de este libro colaboraron más de cincuenta trabajadores de la planta de Arellano Marketing, empresa que continuó así el trabajo de siete años que dio origen, primero, al libro *Los Estilos de Vida en el Perú. Cómo somos y pensamos los peruanos del siglo XXI*. Entre ellos debemos mencionar a Marianela Espinoza, en los análisis de fuentes secundarias y data histórica; a Rosario Alcedo y Fernando Lévano, encargados del muestreo y análisis estadístico; y a Gina Cornelio y Juan Farfán, directores del trabajo de campo. Estos dos últimos dirigieron un equipo de encuestadores de la planta de Arellano Marketing, cuyos nombres colocamos en lista aparte, con su lugar de residencia, de nacimiento y el lugar de nacimiento de sus padres, mostrando que son plenamente representativos de esta Lima de limeños de primera o segunda generación. Señalamos también el trabajo realizado por Gabi Ujike y por Rolando José Arellano B. para la difusión del documento inicial del estudio.

Agradecemos también la ayuda de nuestro amigo y colaborador Daniel Chappell, que estuvo presente con sus acertados consejos durante todo el proyecto.

Debemos un acápito especial de agradecimiento a Abelardo Sánchez-León, Balo, a quien le pedimos que escribiera el prefacio de este libro, sabiendo de su agudeza crítica y de su visión analítica de los cambios sociales de Lima en los últimos treinta años. Yendo mucho más allá de lo esperado, Balo nos ofreció una pieza literaria que, por sí sola, justifica la lectura del libro.

Señalemos aquí también el empeño y la dedicación de Edgar Cateriano, responsable de la edición de este trabajo, que dirigió el proyecto de transformación del documento inicial en libro, realizó las entrevistas a los personajes que ilustran cada capítulo y que, pacientemente, supo aceptar todas las idas y venidas de los autores a lo largo de la gestación de esta obra.

Finalmente, queremos agradecer a la comunidad empresarial por la confianza

depositada en Arellano Marketing, que nos permite y motiva a realizar esta clase de trabajos. Ella parece compartir nuestra idea de que el desarrollo de un país pasa por la evolución de sus mercados, lo que exige un profundo conocimiento y un gran respeto por los consumidores, tal como lo señala la frecuentemente mal comprendida disciplina del *marketing*.

A todos ellos, muchas gracias.

Los autores

Agradecimiento particular a los colaboradores de campo de Arellano Marketing, una muestra de la Lima de hoy.

Nombres	Lugar de residencia	Nació	Papá	Mamá
Alva, Ysabel	Surco	Callao	Amazonas	Callao
Anicama, Carmen	Chorrillos	Lima	Ica	Ica
Arroyo, Judith	Comas	Junín	Junín	Junín
Carhuachin, María	Los Olivos	Junín	Cerro de Pasco	Junín
Casilla Jessica	Comas	Lima	Moquegua	Cajamarca
Castillo Asmat, Gladys	Rimac	La Libertad	La Libertad	La Libertad
Cuadros, Rosa	S. J. de Miraflores	Junín	Junín	Junín
Cueva, Carmen	La Victoria	Lima	Cerro de Pasco	Junín
Durand, Karin	V. M. del Triunfo	Lima	Ayacucho	Huancavelica
Fausten, Hilda	Ventanilla	Lima	Arequipa	Arequipa
García, Alicia	S. J. de Miraflores	Lima	Lima	La Libertad
García, Isabel	V. M. del Triunfo	Lima	Lima	Lima
García, Juan José	Surco	Lima	Huancavelica	Cajamarca
Gines, Jenny	V. M. del Triunfo	Lima	Lambayeque	Lima
Guerrero, Luz	S. J. de Lurigancho	Lima	Lima	Lima
Guzmán, Gabriela	Independencia	Piura	Piura	Piura
Guzmán, Miguel	Cercado	Piura	Piura	Piura
Guzmán, Rosario	S. M. de Porres	Lima	Ancash	Lima
Herrera, María	Callao	Callao	Junín	Callao
Herrera, Susana	Los Olivos	Lima	Cusco	Callao
Huarcaya, Lucy	Los Olivos	Lima	Ica	Ica
Lazo, Carmen	Carabayllo	Callao	Junín	Junín
Martel Niño, Nicodemos	San Luis	Huánuco	Huánuco	Huánuco
Méndez, Midua	Surco	Callao	Lima	Lima
Miranda, Gene	Breña	Puno	Puno	Puno
Muñoz Castillo, Liliana	Lince	Lima	Lima	Lima
Oviedo, Jorge	Lince	Piura	Piura	Piura
Pachas, Jeanett	S. J. de Lurigancho	Lima	Ica	Lima
Pachas, Marisol	V. M. del Triunfo	Lima	Ica	Tumbes
Ramos, Edelmira	S. J. de Lurigancho	Lima	Apurímac	Apurímac
Rodríguez, Susana	Callao	Callao	Callao	Lambayeque
Ruiz Gamarra, Rosa	La Perla	Lima	Lima	Lima
Salazar, Connie	S. M. de Porres	Ica	Lima	Ica
Saravia, Marlene	S. J. de Miraflores	Ica	Ica	Ica
Saravia, Pilar	S. M. de Porres	Ica	Ica	Ica
Valverde, Gladys	S. M. de Porres	La Libertad	Ancash	La Libertad
Villena, Mercedes	Lince	Lima	Cusco	Lima
Zavaleta León, Pilar	V. M. del Triunfo	Lima	La Libertad	La Libertad

A seis años de *Ciudad de los Reyes, de los Chávez, de los Quispe ...*

Algo de agua del río Rímac, ese que dio el nombre a Lima, ha pasado bajo el puente desde que, hace poco más de cinco años, apareció la primera edición de *Ciudad de los Reyes, de los Chávez, de los Quispe...* Como los prólogos son una confidencia entre autores y lectores, aprovecharemos para hacer algunas reflexiones sobre el tema, tratando de interpretar quizá lo que piensa David Burgos, quien fuera mi colaborador en Arellano Marketing y coautor de este libro, antes de emigrar a Estados Unidos hace varios años.

Inicialmente, nos sorprendió la calidez con que el libro fue recibido. No solamente fue muy comentado en artículos periodísticos diversos, sino que ellos fueron en su mayoría positivos. Quizá eso era una demostración de que Lima no era la ciudad horrible, la que nadie quería, sino que, por el contrario, existían millones de personas que se identificaban con ella. Por cierto, no se trataba solamente de limeños clásicos, que extrañaban su ciudad anterior, sino también, y sobre todo, de millones de nuevos limeños, que soñaban con el futuro de la ciudad en que vivían.

Vimos así que la ciudad se agrandó, pues comenzó a mirar más allá de las fronteras que los limeños tradicionales le habían impuesto. Aparecieron entonces cinco millones de limeños más, casi el doble de los limeños de antes, quienes rápidamente entendieron que sus zonas no eran conos, una especie de crecimiento anormal de la ciudad, sino que eran la ciudad misma. Comenzaron a llamadas Lima. Lima Norte, Lima Sur, Lima Este, Lima Central y Callao (porque aunque esta última sea un provincia diferente, no se puede negar su pertenencia a la gran ciudad), y hoy cada vez aceptan menos la denominación anterior. Personalmente, nos sorprendió más todavía recibir el Premio a la Excelencia en Investigación de Mercados en 2005 de la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA), por la segmentación de las «nuevas Limas».

Viendo una Lima más grande, moderna y pujante de la que antes se imaginaba, empezaron a llegar las inversiones en cantidades masivas. Nuevos servicios, colegios, clínicas y centros comerciales se añadieron a la oferta de terrenos, casas y departamentos para la tercera generación de nuevos limeños. El resultado más interesante se empieza a ver hoy, cuando, en lugar de las zonas dependientes de Lima Central, se empiezan a formar ciudades cada vez más autónomas. Vivir, trabajar, estudiar y divertirse en su zona comienza a ser una realidad cada vez más

frecuente, liderada por Lima Norte pero seguida rápidamente por las otras «Limas». Más aún, se rompió el mito de la «aspiracionalidad barrial», que suponía que todos querían vivir en Miraflores, para mostrar que cada zona tenía sus barrios deseables y sus propias aspiraciones.

Pero, más allá del crecimiento geográfico y económico, quizá lo más importante es que se empezó a reconocer que Lima era verdaderamente una ciudad de todas las sangres, quizá la más mestiza del Perú. Lima comenzó a respirar entonces con confianza su esencia serrana, norteña, selvática, y dejó de ser solamente la ciudad costera y occidentalizada que intentó ser en algún momento. La música, la comida y el folclore en general empezaron a mostrar una Lima que es tal vez el verdadero crisol de la peruanidad. Luego de casi doscientos años de vida republicana, en Lima existe la esperanza de convertimos al fin en una nación.

A pesar de los grandes cambios, debemos señalar, sin embargo, que las bases de lo dicho hace cinco años continúan siendo válidas y explicativas del fenómeno limeño. Por ello, en esta nueva edición de Planeta, solo se han hecho los ajustes básicos para que exista coherencia con trabajos posteriores. La historia de Lima deberá continuar a escribirse, entonces, en unos pocos años más.

Rolando Arellano

Abril de 2010

Prefacio

La tesis central de este libro es que la realidad, la identidad, la psicología, la antropología, las tripas y las raíces de Lima, la ciudad capital del Perú, la ciudad de las mil cabezas, el monstruo devorador de ocho millones de seres humanos, han sufrido una metamorfosis que ni el propio Kafka hubiera podido imaginar.

Metamorfosis que, para algunos, se asemeja a la de una pesadilla, y para otros a un sueño extraído con fórceps, pero sueño al fin y al cabo, no necesariamente de verano, quizá invernal, o primaveral para otros, pues Lima, como ya han afirmado varios especialistas, ha dejado de ser la capital española o, en el mejor de los casos, no es más la novia del Perú, para convertirse en la ciudad de todas las sangres, pero básicamente chola. Chola de invasión de tierras (o de recuperación), de viviendas levantadas con mi propio esfuerzo, de purita lucha, lo juro, hermano, de organización distrital, de dirigentes, de cuadros, de pobladores, bien mimetizados con la tierra dura de esta costa áspera y árida, esa Lima, esa, la de los migrantes, la de los informales, la que ha sido motivo de numerosos estudios y análisis y conferencias y seminarios, para ver si entendíamos este movimiento humano que jamás pidió permiso para instalarse con sus esteras, porque Lima también era el Perú, caray.

El equipo de Arellano Marketing, dirigido por Rolando Arellano y David Burgos, considera que la presencia de esta nueva Lima, esta nueva identidad, tuvo varios momentos y varias nomenclaturas que se las pusieron los que ejercían la autoridad del Estado criollo, las ordenanzas municipales, los que entendían a Lima como su ciudad, una ciudad no contaminada con el mundo indígena, una ciudad que estuvo amurallada, que siempre miraba con nostalgia infinita el mar, una ciudad hija legítima de la Colonia, todas esas cosas que los especialistas ya han dicho y que los limeños empiezan a aceptar. La nomenclatura empezaba con las invasiones, las barriadas, las despectivas barriadas;

Luego con los pueblos jóvenes, unos chiquillos dignos del paternalismo militar, jóvenes porque estaban en la edad del crecimiento; luego vino el término *asentamientos humanos*, valga la redundancia, humanísimos, asentamientos humanos y marginales y periféricos, pues eran periféricos, cercaban la ciudad criolla, eran los indios, la amenaza, el cordón de miseria, hasta convertirse en los conos. Conos de un helado del Tip Top con millones de habitantes, cada cono, pucha madre, bordea, qué te digo, dos o tres millones de patitas que han hecho suyo el

arenal, todo lo que encuentran, se han depredado íntegro el valle, se han trepado a cuanto cerro encuentran a su paso, extienden la ciudad, la estiran, la hacen desconocida, un laberinto de distritos y urbanizaciones y lotes y manzanas. Conos que ya deberían llamarse la nueva Lima en la nomenclatura de Arellano. Nueva en relación con la vieja, nueva en relación con lo que fue, pues la vigencia, el epicentro, el modelo, el referente, sería esta nueva Lima.

Y aquí es cuando Rolando Arellano piensa en mí, me llama y me invita a que escriba unas palabras introductorias a su importantísima investigación, porque, según él, yo he vivido las dos «Limas», la que se fue, y hace rato que se va y se va y se va y todavía no se ha ido, como cantaría la ranchera, o se va como constataba nostálgico el poeta José Gálvez (y reaccionario, caramba, toda nostalgia es reaccionaria, pena penita pena) o como diría el siempre lúcido Alfredo Bryce Echenique, ya es hora que se vaya, y la nueva Lima, pero de refilón, porque todo aquel que no ha nacido en la barriada o en el pueblo joven o en el asentamiento humano, haciéndole sentir que no es humano, no forma parte de esa nueva Lima ni es un nuevo limeño.

Quien no ha nacido en una tierra inhumana solamente la intuye y la ve de lejos. Cuando va al Club de Villa, por ejemplo, y su mirada tropieza con aquellas casas trepadas en el cerro y sobre las lagunas, o sea en Las Delicias de Villa, o cuando va para Chaclacayo o Los Cóndores y pasaba por los cerros tugurizados, así se convirtieron esos cerros, en tugurios del El Pino, de San Cosme o de El Agustino, y después se le empañó el trayecto en la carretera pues Huaycán se le vino encima con lavadoras en el río y terrucos solapas. Pero de eso hace poco; antes fue la tugurización de Naña y la barriadita de Morón y, por último, Chaclacayo y Chosica (es decir, Ricardo Palma y San Fernando), todo era una inmensa

Barriada, oye, como si fuese la China Tudela des ubicada o aterrada o lista a embarcarse en su American (donde también los encuentra y tropieza y los evita) a radicar en Miami, o sea un ir y venir perpetuo, como tanta *vedette*, además, como tanta conductora de televisión, como tanto empresario o requisitoriado por la justicia peruana (pobre justicia). Miami, esa playa que fue, esa Lima que fue, sin todo ese proceso sociológico y político y senderizado que es la historia del Perú de 1950 a la fecha, o sea toda la vida de mis papás, la de mi marido y la mía, hija, ya no se dice *hija*, tiran micro y combi con los cholos, pero no se casan con los cholos y van a las universidades donde también están, están hasta en el Maanaarkham, porque ya en La Recoleta y en La Inmaculada son mayoría, los cholos son mayoría en todas partes, y están en todas partes: esa es la tesis de Arellano Marketing. Están y son, son y serán, han hecho suya una ciudad que los

puso en la periferia, que los marginó, los maltrató, los humilló, les dijo cholos, cholos feos y sucios, cholos, todo eso se les dijo a gritos y ahora se lo dicen cuchicheando o en el club, donde también entran y se les ve, pero ya qué importa, dicen los autores, ese es el canto del cisne, la agonía de los blancos criollos en un país de cholos y en una ciudad de nuevos limeños en cantidad y calidad, cuantitativa y cualitativamente.

Pero la invitación de Rolando Arellano a que escriba esta introducción, creo, tiene una segunda intención. Porque, en el fondo, toda esta nueva situación, esta nueva Lima implica la existencia de un nuevo Perú, un Perú con el que o estás con él o estás contra él; es decir, te gusta, es tuyo, formas parte, eres miembro de su corriente principal o, simplemente, quedas fuera, eres el nuevo periférico, el nuevo marginal, la minoría, y esta discusión también tiene su lado inevitable pero también estético y ético y político y profundamente vivencial: digamos, los cholos, los peruanos, están decididos a gobernar el país sin necesidad de hacer una revolución radical previa. Sendero Luminoso (criollos provincianos o mestizos) le declararon la guerra al Estado criollo, pero los nuevos peruanos lo han cercado, le han quitado aire, se lo han comido desde los movimientos civiles, societales, es decir, simplemente han avanzado, han invadido, se han informalizado, se han empresariado, se han educado, se han vuelto más peruanos aún, buscan una identidad incluso más allá de nuestras fronteras, saben que son mercado, consumidores, votantes,

Que mueven billete a granel y no entienden por qué los llaman cono cuando son el nuevo centro, el ombligo, son y están en Lima, *of course*, en Chimbote, en Juliaca, en Pucallpa, en Huancayo, en Ica. La lógica del funcionamiento económico reposa en ellos, son los informales, los microempresarios, los minifundistas, los camioneros; en todo caso, como escribió Jhonny Salazar, los cholos podemos vivir sin ellos, pero ellos no pueden vivir sin nosotros. El país colapsaría, desaparecería.

Los cholos somos los que les damos vida, lo hacemos girar, somos como el amor o el odio, amor mejor, cholita linda, sí, cholito de mi alma, todavía entre dos aguas, como el chicoco Róger Chipana Yupanqui, de Villa El Salvador, atraído por la ideología (vaya) de los etnocaceristas, pues sus padres buscan en el salvador Róger la manera de aliviar el peso histórico del Chipana Yupanqui, o el caso de William Túpac Yupanqui, que no es Túpac Venero, él sí, casi un Túpac Amaru, pero entre William y Yupanqui vive toda la palta del mundo, esa generación que los autores llaman la de los Jhonnies o Yonies o John, como el actor chicano de Hollywood, John Leguizamo. Porque con esto de los nombres se estremece no

solo Lima o el Perú sino toda América, por un lado más, por otro menos, sea en Colombia, en Ecuador, en Centroamérica, o sea en latino o en hispánico o en chicano o en pachuco o en hijo de la chingada, este nuevo peruano sí que se las trae porque viene con Marx, con Freud, con los marketeros de nuevo cuño, viene con Samuel Machacuay, viene armando un rompecabezas de mil piezas y la desconfianza a todo aquel que no tenga la piel bronce, marrón, *brown, just brown*, porque el más peruano de todos los peruanos, los domingos, al menos, con su valsecito del ayer, puede ser Wong, que sí se manda a la conquista del mercado del Nuevo Mundo que son los conos. Pero todavía el nuevo limeño es la gran pollada en El Chaparral de la carretera Central, también en toda la programación de la televisión abierta (ellos son su referente y les dan lo que ellos creen que son ellos), en los antiguos coliseos, ahora en la voz de Dina Páucar, a quien, cuentan, le negaron la visa a Estados Unidos, horror de errores, la versión peruana de la Selena chicana, ese nuevo Perú estaría en una transición que consiste en convertirse en el centro del poder, de la economía, de la cultura, de los valores, de las leyes.

Por ahora, algunos, por aquello de haber vivido en la Lima del San Isidro implacable, del bar del Hotel Country y los años dorados de La Herradura, pensamos que esta nueva Lima no ha reciclado su pasado, no lo asume creativa y valientemente, y consideramos que empiezan siempre de un eterno presente, que no calculan, ahora, los efectos de no ser competitivos en la región, que no logra entender por qué Chile y Colombia nos han sacado, económicamente, como cincuenta años luz. Y el relajamiento de valores, la corrupción institucionalizada, el bodrio del Estado y de la política y del periodismo están asociados con el nuevo peruano, atomizado, fragmentado, individualizado, le importa un rábano ese rábano que, no siendo cholo, dice preocuparse por los cholos y le quiere hacer su revolución, a su gusto y medida.

El trabajo del equipo de Arellano y Burgos indaga con la mirada de quien no es el nuevo limeño el universo espacial, o sea, territorial, del nuevo limeño, los conos, la nueva Lima. Indaga científicamente. Con entrevistas, encuestas, información, cruces, variables. Un universo rico y potencial. Un mundo con diversidades que dan a entender que el futuro nace allí. Arellano Marketing empieza su investigación en el punto en el que muchos la dejaron. José Matos Mar hablaba del desborde popular; Hernando de Soto, del otro sendero y del misterio del capital; Gustavo Riofrío, de se busca terreno para una próxima barriada; y otros, de la barriada perfecta y planificada por el municipio. Arellano da la partida en el momento actual. Los conos ahora, los conos por dentro. Esta generación, sus

Estilos de Vida, sus referentes, sus gustos, por qué odiaban el nombre de Fortunato y adoraban el de Johnny y ahora el de Wilber o Wilmar o Jefferson o Williams, por qué sus papás querían que sus hijos fueran gringos antes que indios, pero por qué, también, Sendero Luminoso no logró convencerlos. Dónde compran y qué películas ven, un verdadero estudio de mercado, de política y de cultura.

Queda por decir, finalmente, que en esta inmensa metamorfosis de la «Lima chola» el nuevo limeño no tiene por qué fundirse en esquemas rígidos de control y abuso ni de descontrolada anarquía. Un país cholo significa un país amplio, libre, creativo, dueño de su destino. Así sí, y si no, no vale.

Abelardo Sánchez-León

Lima, noviembre de 2003

Introducción

Mientras las familias burguesas latinoamericanas, de Lima, Caracas, Guayaquil o Ciudad de México, veían disminuir poco a poco su importancia social y sus ingresos, y se quejaban de la «desaparición de la clase acomodada», en los alrededores de su ciudad surgía una sociedad distinta, que crecía y se desarrollaba sin pausa. Los habitantes de esos nuevos barrios, contrariamente a sus vecinos del centro, durante los últimos cuarenta años vieron crecimiento y progreso en sus familias y sus vidas. El abuelo, campesino rechazado por el campo, conquistó un pedazo de cerro o arenal y comenzó con una casita de pajas y cartones. El padre creció ya en el primer piso de una casa de ladrillos y fue chofer de taxi. Finalmente, el nieto vio ya la casa con tres pisos y estudia para ser especialista en computación.

Dicen que en todos los fenómenos naturales los extremos tienden a juntarse. En este caso, parece que esa conjunción se da en el encuentro de los burgueses en su bajada al llano con los migrantes en su subida económica y social. Este libro es la constatación de ese encuentro, en la ciudad de Lima, Perú.

Lima, «La tres veces coronada Ciudad de los Reyes», es también hoy, debido a ese fenómeno, la ciudad de los Chavéz, de los Quispe, y de muchos otros apellidos que otrora tuvieron poca o ninguna alcurnia. La fuerza de la demografía, 500 por ciento de crecimiento poblacional en cuarenta años, las dos terceras partes de este porcentaje compuesto de neolimeños, es imparable, pero mucho más es la del esfuerzo y el trabajo constante. Los nuevos pobladores de esta Lima de ocho millones de habitantes, sin que los limeños clásicos lo sospecharan siquiera, fueron acumulando bienes y riqueza, que hoy aparecen, casi de manera explosiva, ante los ojos asombrados del resto de la ciudad.

Este asombro se debe sin duda a la miopía del limeño clásico, el habitante de los barrios tradicionales de Lima, llámense Miraflores, Rímac, Surco o Lince, que pareció haber cerrado los ojos ante estos cambios, quizá temeroso de perder su statu quo. Ellos siguieron viviendo durante mucho tiempo con la idea que decir *migrante* era igual a decir *pobre*, y que decir *pobre* era igual a decir *anticuado*.

La miopía parece haber sido aún mayor en la clase intelectual y empresarial tradicional, que pestañeó un poco cuando los migrantes invadieron su territorio, Gamarra, en pleno corazón del barrio ciudadano de La Victoria, pero que no fue más allá de sus propios límites geográficos para ver qué pasaba afuera. Libros como *El otro sendero* y subsiguientes trabajos sobre el sector informal los parecen haber visto más como la parte folclórica de un fenómeno económico que como una

manifestación social relevante.

Una causa importante de esta actitud fue la visión distorsionada del fenómeno social motivada por un análisis económico incorrecto: el mal uso de criterios clásicos para la evaluación de la capacidad de los individuos. El pensar que la capacidad económica se establecía por el ingreso monetario corriente o asalariado, la posesión de ciertos bienes o tipos de vivienda propios de la antigua sociedad limeña, o el modo de gasto en precios de esa sociedad. No se tomó en cuenta entonces que los ingresos de esos ciudadanos «desconocidos» eran muy variados, ocultos o impredecibles, pero cuyo monto se evidenciaba a simple vista en el crecimiento de sus casas propias. Tampoco se vio que el costo de sus productos (bienes y servicios) era mucho menor que el de los barrios clásicos y que, por lo tanto, su ingreso disponible era más alto que el previsto. Peor aún, se consideró que el ingreso determinaba el tipo de consumo, desconociendo la capacidad de elección de los individuos y su Estilo de Vida. En suma, se les puso una letra, C, D o E, y, sin entender el verdadero significado de esta, se les consideró a la vez como pobres y tradicionales; por lo tanto, como mercado sin mayor potencial de consumo.

No debe entenderse que este libro trata únicamente de la Lima del migrante, la de los llamados *conos* en el lenguaje popular actual. Trata más bien de una Lima integral, que ha cambiado tanto en el centro como en la periferia. De una Lima que, a fuerza de crecer por todos los lados y con gente de todas las regiones del Perú, se ha convertido en el verdadero crisol de un nuevo mestizaje peruano. Si algo en el Perú puede reclamarse como de «todas las sangres», es la ciudad de Lima. Lima es hoy la ciudad costeña más grande del país, pero también es, extrañamente, la mayor ciudad serrana y la más grande ciudad selvática del Perú. En síntesis, Lima es la esencia del nuevo Perú. Más aún, si bien el Perú sigue siendo geopolíticamente centralista, vive en Lima una descentralización de pensamientos, rasgos y convicciones, que la convierten, felizmente, en una capital de todos los peruanos.

Poseedora de una variedad propia de ciudad cosmopolita, queremos llevar al lector a redescubrir Lima a través de este libro, resumen sucinto de una investigación realizada con profundidad científica, fruto de varios cientos de encuestas, entrevistas a profundidad, grupos de enfoque y análisis exhaustivos de data histórica. Un esfuerzo profesional necesario para la capital de la república, fundada un 18 de enero hace ya 475 años y constituida, desde su creación colonial, en el centro de todo aquello que confluía en Sudamérica.

Creemos que este libro ayudará a la mayoría de limeños, nuevos o antiguos, a comprender y explicarse la realidad de su nueva sociedad. De alguna manera, pretende ser una especie de reivindicación a todos los neolimeños que fueron

maltratados y vilipendiados durante años por los limeños clásicos, como tan gráfico lo señala Abelardo Sánchez-León en su prefacio. Creemos, también, que tendrá utilidad importante desde el punto de vista empresarial. Así, probablemente ayudaremos aquí a comprender lo que ya se ha venido destacando a manera de anécdotas periodísticas e informes televisivos «reveladores»: el importante tamaño de mercado que representarían estas «nuevas» zonas de Lima y los primeros acercamientos de las empresas a estos «nuevos» grupos de consumidores.

Siendo así, entonces, ¿en qué radica la importancia de este muy relativo «descubrimiento»? En muchos aspectos, desde la aceptación de una identidad criolla fusionada con lo andino y desembocada en el limeño actual, hasta la posibilidad de un crecimiento comercial hacia esta Lima «periférica», cuyos habitantes, como veremos, quieren y merecen aquellos bienes y servicios modernos a los que los pobladores de la Lima Central ya están acostumbrados.

Ahora, si bien es cierto que la atención de las empresas formales a este sector de la población ya es tangible, esta se ha centrado hasta el momento casi exclusivamente en el norte de la ciudad. No podemos olvidar que nosotros mismos, que como empresa de investigación durante años hemos tratado de llevar a nuestros clientes y alumnos a comprender que el Perú es mucho más que Miraflores, nos sorprendimos cuando nos pidieron estudiar seriamente un proyecto de centro comercial en el llamado Cono Norte. Más sorprendidos estuvimos con el revuelo social, mayor incluso que económico, que significó la inauguración del Mega Plaza, el primer centro comercial de la Lima nueva. De alguna manera, ese proyecto, y otros que siguieron, nos muestran que la realidad va bastante más allá que el análisis teórico.

Al respecto, el presente libro destaca con puntualidad que también el sur y el este son mercados de gran atractivo para varios tipos de intereses comerciales. De ahí que el grupo de tomadores de decisiones y, por ende, facilitadores de inversión y de oferta «moderna» han de encontrar asimismo, en su contenido, las herramientas guía que justifiquen, en un presente o futuro cercano, transitar hacia el mejoramiento continuo de la oferta de bienes y servicios en esta nueva parte de Lima. Sin embargo, ¿estarán preparadas las empresas para llevar este proceso por buen camino? ¿Conocerán lo suficiente al poblador de la Lima de los conos? ¿Serán los bienes y servicios eficientes de Lima Central potencialmente exitosos en las otras partes de esta ciudad? ¿Sus pobladores podrán y querrán pagados? Todas estas y otras tantas preguntas necesitan ser respondidas antes de tomar decisiones de inversión grandes, medianas o pequeñas de los proyectos comerciales que podrán surgir en cualquiera de las «Limas».

El lector quizá comienza a confundirse cuando escucha hablar de las «Li-

mas», los conos, Lima Central, Lima nueva y otros. Al respecto, como se verá en el detalle metodológico del estudio, hemos subdividido la capital en cinco sectores, en función de un sentido práctico e histórico, pero corroborado por el análisis de las diferencias entre cada sector. Tendremos así a la Lima Central, la Lima Norte, la Lima Este, la Lima Sur y el Callao.

En tal sentido, Lima Central estaría conformada por los distritos tradicionales de Lima, como Barranco, Breña, Chorrillos (antiguo), Jesús María, La Victoria, Lima Cercado, Lince, Magdalena, Miraflores, Pueblo Libre, Surquillo, Rímac y San Isidro. También la conformarían aquellos distritos más modernos pero que tienen acta de nacimiento formal, como San Miguel, Surco, San Borja y La Molina.

El Callao lo integran los seis distritos de dicha provincia constitucional: Callao, La Perla, Bellavista, Carmen de la Legua, La Punta y Ventanilla. Debe señalarse, sin embargo, que aquí podría incluirse solamente una parte de Ventanilla, pues este distrito creció mucho más en forma de invasión que de la manera formal tradicional.

Lima Norte, Lima Este y Lima Sur son los hoy llamados Cono Norte, Cono Este y Cono Sur. Los tres conformarían lo que denominaremos Lima Conurbana, palabra que el diccionario precisa como zonas urbanas periféricas. La característica principal de la Lima Conurbana es que ha crecido fundamentalmente de manera informal, en su mayor parte mediante invasiones y, en algunos casos, como zonas urbanas formales que conviven con una mayoritaria zona de origen informal.

Lima Norte estaría formada entonces por Ancón, Carabayllo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres y Santa Rosa.

Lima Este lo sería por Ate, Chaclacayo, Cieneguilla, El Agustino, Lurigancho, San Juan de Lurigancho, San Luis y Santa Anita.

Finalmente, Lima Sur se conformaría por Chorrillos (nuevo), Lurín, Pachacámac, Pucusana, Punta Hermosa, Punta Negra, San Bartolo, San Juan de Miraflores, Santa María, Villa El Salvador y Villa María del Triunfo.

El contenido del libro se divide en cuatro capítulos, que muestran los resultados resumidos de la investigación mencionada, y una sección de anexos, que incluye un análisis de la metodología utilizada y del alcance que pueden brindar sus resultados.

El capítulo I es de la historia. Allí se parte de la Lima de antaño y se hace un recuento histórico de los instantes que más han marcado el desarrollo de la Lima actual, sobre todo en el siglo XX. Allí se parte del mutante criollismo de los pobladores clásicos de Lima Central y de las migraciones forjadoras de los neolimeños de Lima Conurbana.

El capítulo II perfila las características más comunes de los actuales limeños.

Se muestran allí el intenso carácter provinciano de los neolimeños y la fuerza primigenia de los limeños clásicos. Se ve también cómo evoluciona Lima hacia una mayor homogenización de su sociedad.

El capítulo III describe con más detalle las particularidades de cada una de las zonas limeñas, ahondando en las semejanzas a la vez que en las diferencias entre los limeños del norte, del sur, del este, del centro y del Callao. Se presentan allí de manera muy especial las características del nuevo limeño, no solo como individuo, sino también en su importante faceta de consumidor.

El capítulo IV ve a Lima y su futuro. A la vez que se presenta el análisis de los investigadores sobre las tendencias que se observan en esta ciudad, también se resume la visión que tienen los actuales limeños respecto a su propio porvenir. Se ven allí cuáles son sus expectativas, anhelos y deseos, y de qué manera podrán estos influir en el futuro de la capital.

Al final de cada uno de estos capítulos hemos querido mostrar el lado humano integral del nuevo limeño. Por eso es que se han colocado diversas historias de vida que retratan a algunos limeños, nuevos y menos nuevos. A través de sus relatos podremos quizá entender mejor lo que es la nueva Lima de la que nos ocupamos aquí.

En el anexo de la última parte del libro, se expresa más técnicamente la metodología utilizada para la realización de la investigación y el potencial de sus resultados para obtener conclusiones más precisas y detalladas de los diversos aspectos que le dan forma a la actual capital de la República del Perú.

Para terminar, quizá valga la pena recordar que Abraham Valdelomar solía decir: «El Perú es Lima, Lima es el jirón de la Unión, el jirón de la Unión es el Palais Concert, el Palais Concert soy yo, yo soy el Perú». El poeta se equivocaría hoy solo parcialmente si repitiera su frase. El Palais Concert de ayer no existe y el jirón de la Unión ya no es lo más representativo de Lima, aunque él, un mestizo accionado de Pisco sí sería tal vez un buen ejemplo del limeño actual. En cualquier caso, lo que sí parece ser válido, un siglo más tarde, es que el Perú, cada día más, está claramente representado en la ciudad de Lima.

Adelante, lo invitamos a conocer este diversificado y segmentado análisis de Lima, la ciudad de los Reyes, de los Chaváz, los Quispe...

*Rolando Arellano
David Burgos
Arellano Marketing*

En 1821, cuando José de San Martín proclamó la independencia del Perú, Lima ya era una ciudad de gran importancia. En ese momento, Lima era la capital de la nación peruana, y tenía una población de aproximadamente cincuenta mil habitantes. Así era la capital de la nación peruana, interracional, socialmente heterogénea y de gran importancia. El terremoto del 15 de octubre de 1907, que destruyó gran parte de la ciudad, marcó el inicio de una nueva etapa en la historia de Lima. Después de la destrucción, la ciudad comenzó a reconstruirse, pero con una estructura urbana que reflejaba la desigualdad social existente. La reconstrucción fue llevada a cabo por la élite, lo que resultó en una ciudad más moderna, pero también más desigual. La ciudad de hoy, Lima, es el resultado de este proceso de reconstrucción y de la migración constante de personas desde otras regiones del Perú y del extranjero. Lima sigue siendo la capital de la nación peruana, pero su estructura urbana y social han cambiado significativamente desde 1821.

En 1821, cuando José de San Martín proclamó la independencia del Perú, Lima ya era una ciudad de gran importancia. En ese momento, Lima era la capital de la nación peruana, y tenía una población de aproximadamente cincuenta mil habitantes. Así era la capital de la nación peruana, interracional, socialmente heterogénea y de gran importancia. El terremoto del 15 de octubre de 1907, que destruyó gran parte de la ciudad, marcó el inicio de una nueva etapa en la historia de Lima. Después de la destrucción, la ciudad comenzó a reconstruirse, pero con una estructura urbana que reflejaba la desigualdad social existente. La reconstrucción fue llevada a cabo por la élite, lo que resultó en una ciudad más moderna, pero también más desigual. La ciudad de hoy, Lima, es el resultado de este proceso de reconstrucción y de la migración constante de personas desde otras regiones del Perú y del extranjero. Lima sigue siendo la capital de la nación peruana, pero su estructura urbana y social han cambiado significativamente desde 1821.

Capítulo I

Lima de antaño y Lima de hoy

La lucha por convertirse en una gran capital. Lima ha sido una ciudad que ha luchado por convertirse en una gran capital. Desde su fundación en 1535, Lima ha sido la capital de la nación peruana. Sin embargo, la ciudad ha enfrentado muchos desafíos a lo largo de su historia. Uno de los mayores desafíos ha sido la desigualdad social. La ciudad ha sido construida por la élite, lo que ha resultado en una ciudad que no refleja la diversidad social del Perú. La ciudad de hoy, Lima, es el resultado de este proceso de reconstrucción y de la migración constante de personas desde otras regiones del Perú y del extranjero. Lima sigue siendo la capital de la nación peruana, pero su estructura urbana y social han cambiado significativamente desde 1821.

En 1821, cuando José de San Martín proclamaba la independencia del Perú, Lima ya era una ciudad de mixturas: diecisiete mil blancos, nueve mil negros, cuatro mil seiscientos mestizos y cuatro mil indios (amerindios) conformaban una sociedad heterogénea de aproximadamente cincuenta mil habitantes. Así era la capital de la naciente república peruana, interracial, socialmente heterogénea y, definitivamente, fiel representante del Perú -desde ya- multicultural de aquellos años.

Con una importancia política que la hacía crecer progresivamente en tamaño y diversificación sociocultural, Lima había alcanzado los noventa y cinco mil habitantes en 1850 y los ciento treinta mil al empezar el siglo pasado.

En el siglo XX, Lima pasó por etapas de reconstrucción, turbulencia política, crecimiento desmesurado y una serie de procesos socio culturales diversos.

En función de los acontecimientos vividos por la capital del Perú y la proximidad de los mismos, se ha visto por conveniente dividirlos en dos periodos: primera mitad del siglo XX (de 1900 a 1949) y segunda mitad del siglo XX (de 1950 a 2000).

Primera mitad del siglo XX (de 1900 a 1949)

Definitivamente, fueron muchos los acontecimientos y personajes que de alguna u otra manera marcaron el desarrollo de la ciudad de Lima en este periodo de nuestra historia.

De este modo, más que ser una obra que cuenta la historia pasada de nuestra ciudad, el objetivo de este libro es servir de base para comprender (y, por qué no, escribir) la historia presente y futura de la capital.

Por esta razón, en el análisis de lo ocurrido en Lima durante la primera mitad del siglo XX hemos querido centrarnos en aquellos aspectos que habrían tenido una influencia directa en cómo es la ciudad hoy, a inicios del tercer milenio.

Lima lucha por convertirse en una gran capital

Cuando coloquialmente se habla de la «Lima de antaño», normalmente se pretende aludir a un supuesto instante histórico ideal en el que el orden, la estética y el respeto imperaban en la ciudad capital. Sin embargo, los registros históricos, gráficos y textuales, de la capital del Perú en ese pasado nos develan algo muy distinto, señal de que durante el último siglo Lima ha resistido problemas tan o más críticos que los que soporta hoy.

Así, Lima emergía al nuevo siglo sufriendo aún las secuelas de la derrota sufrida en la Guerra del Pacífico. Física, económica y emocionalmente conmocionada, la capital del Perú enfrentaba el reto de la reconstrucción moral y fisonómica del país.

En dicho proceso destacan labores decididas como la realizada por Federico Elguera (1860-1928), quien gobernó la ciudad como alcalde de 1901 a 1908. Con él se inició lo que sería un proceso de modernización de una ciudad destinada a convertirse en una de las más grandes del mundo. Sin embargo, si bien el responsable

y necesario accionar que tuvo Elguera resultó auspicioso para la reconstrucción de Lima, era talla brecha que se debía superar que el trabajo por hacer resultaba gigantesco.

Lima Metropolitana, al margen del Centro Histórico (Lima Cercado), no había

sido planificada ni mucho menos estratégicamente diseñada como requería su condición de capital del Perú. No estaba preparada para soportar ni la migración interna, ni la externa, así como tampoco los incrementos de natalidad a los que se enfrentaría en el futuro.

Resulta revelador conocer, por ejemplo, que fue el paseo Colón la primera arteria pavimentada de Lima, hecho que no resultaría nada extraordinario de saberse que dicha obra fue consumada gracias a la participación de los vecinos y no por una acción institucional del Estado o la alcaldía. Esto último, acaso, podría entenderse como la antesala de muchas de las acciones que en el futuro caracterizaron a una Lima, en muchas ocasiones, autogestionada por sus vecinos.

En otro momento importante del proceso de recuperación de Lima, figuran con notoriedad el conjunto de obras que se realizaron con motivo de la celebración de los primeros cien años de la independencia del Perú. Fue durante el mandato presidencial de Augusto B. Leguía, iniciado en 1919, cuando se llevó a cabo un exitoso accionar para presentar a Lima como una digna representante del Perú y de lo que este quería llegar a ser: un país moderno e insertado activamente en la comunidad internacional.

Aspectos como la higiene, el ornato, el diseño y la construcción de monumentos históricos y representativos de la ciudad fueron priorizados. Grandes avenidas que cruzaban la ciudad y posibilitaban su extensión geográfica y demográfica fueron realizadas. Destacan entre las obras: la avenida Arequipa (ex avenida Leguía), La Atarjea, el parque de la Reserva, la avenida Colonial, el Palacio de Justicia, la plaza San Martín y una larga lista de obras que tuvieron como corolarios representativos la celebración por los centenarios de la independencia en 1921 y de la batalla de Ayacucho, hito histórico de la retirada definitiva del dominio de España en el Perú, llevado a cabo en 1824.

Lima... ¿blanca y señorial?

Asumiendo que, debido al progresivo proceso de interculturización, los diferentes grupos raciales que habitan Lima Metropolitana tendieron en un inicio a mantener sus rasgos culturales tradicionales, resulta interesante corroborar que durante todo el siglo XX fueron los mestizos los más predominantes.

Inclusive los mestizos, a comienzos de siglo, debido a su condición mixta, natural y cultural, ya estaban viviendo el proceso de intercambio cultural al interior de sus núcleos familiares, proceso que, como se verá más adelante, continuó hasta la definición de la Lima actual.

Así, de 1920 a 1931, de un censo a otro, la población de mestizos de Lima se había duplicado, pasando de 71.688 a 144.527 habitantes. Mientras tanto, la po-

blación de raza blanca solo se incrementaba en un 35 por ciento, llegando en 1931 apenas a los 94.998 habitantes los pertenecientes a dicha etnia².

De este modo y paralelamente, la capital del Perú se iba descentralizando geográficamente a medida que se hacía más mestiza. Así, para darse una idea de la magnitud de la ciudad por esos tiempos, en 1926 la provincia de Lima contaba con trece distritos. Estos eran:

Carabayllo, Chorrillos, Lima, Lurigancho, Nueva Chosica, Lurín, Magdalena Vieja (hoy Pueblo Libre), Magdalena Nueva (hoy Magdalena del Mar), Miraflores, Pachacámac, San Miguel, San José (hoy Santiago) de Surco y Barranco.

Más adelante en la historia, finalizando la primera mitad del siglo y a diferencia de lo que ocurría en décadas pasadas, la determinación del número de limeños por etnias en Lima Metropolitana, aparentemente, ya no podía establecer diferencias entre los blancos y mestizos, y los asumía a ambos en un mismo grupo racial. De este modo, se muestra a una Lima con un grado de mestizaje suficiente como para convertir a este grupo en, definitivamente, el más representativo de la ciudad capital, supremacía cuantitativa y cualitativa que dura hasta nuestros días.

Cabe destacar que, por esas épocas, la segunda etnia predominante era la amarilla (asiática).

Cuadro 1
Distribución por etnias en Lima (1938)

Etnias	Cantidades
Blancos / mestizos*	370.643
Amarillos	15.883
Indios	13.895
Negros	6.997
Mestizos*	0
Ignorado	244

**En el censo de 1938 se une a los blancos y a los mestizos en un mismo grupo.*

Bromley, Juan y Barbagelata, José (1947). *Evolución urbana de Lima*. Lima: Lumen, pp. 105, 108 y 118.

De las corrientes inmigracionistas, la más importante, la asiática

La inmigración extranjera al Perú ha pasado por diferentes etapas, en mayor o menor medida influenciadas por las posibilidades de desarrollo que el país le daba a los foráneos, ya sea para invertir o para laborar en actividades productivas de diversa índole.

De 1905 a 1919 se reglamentaron en el país muchos aspectos concernientes a la inmigración extranjera, que hasta dicho momento habían sido manejados de forma informal. En tal sentido, se formularon diversos requisitos para inmigrantes, pasaportes, puertos de ingreso, valor del certificado de salud, que deben llenar los inmigrantes colonos y sus contratistas, etcétera³.

De la inmigración externa, una de las más destacables en el siglo XX, debido a su magnitud e influencia en la cultura -sobre todo en la culinaria- fue la asiática, en su mayoría de China y Japón. Los chinos comenzaron a llegar a mediados del siglo XIX, para trabajar como obreros agrícolas en las haciendas de la costa y constituyeron luego la colonia extranjera más numerosa del país.

Luego, a comienzos de siglo XX, en 1906, se dio inicio a lo que sería el largo y agudo proceso de la inmigración japonesa, que se extendería de manera intensa hasta 1928⁴. Por esas épocas llegaron también, aunque en cantidades menores por país de origen, italianos, ingleses, alemanes -para poblar la zona del Pozuzo-, y algunos franceses y españoles.

Más adelante, luego de una época liberal, no del todo eficaz para las inmigraciones extranjeras, se generaron leyes restrictivas, llegándose incluso a prohibir la inmigración (con excepciones) en 1930⁵.

3 Anónimo (1946). *El Perú y la inmigración de posguerra*. Ensayo manuscrito, p. 27.

Los asentamientos humanos: la etapa de formación

Si bien es cierto que Lima ya contaba desde mucho tiempo antes en su historia republicana con procesos de migración externos e internos, en el siglo XX el incremento de los volúmenes de población trasladada hacia la capital fue cada vez mayor.

Por todo ello, la ciudad capital, tras la creación de nuevos pueblos jóvenes en Comas, San Martín de Porres, Callao, San Juan de Lurigancho (Canto Grande), Ate y Lurigancho, siguió creciendo y ya en la década de 1930 tenía en dichos lugares la plasmación de lo que sería considerada una «etapa de formación» de los asentamientos humanos, hoy convertidos en distritos. Esto según la Dirección de Asentamientos Humanos y Urbanizaciones Populares de la Municipalidad de Lima (1990)⁶.

Sin embargo, para ese entonces, el fenómeno de las invasiones no era captado en su magnitud real y las dubitaciones de quienes tenían que tomar las decisiones de lo que sería Lima en el futuro llegaron a generar la aparición de propuestas inverosímiles, como un proyecto de ley para impedir el ingreso de los provincianos a la capital mediante la creación de un pasaporte especial (1946).

Aparecieron también otras posiciones, como la de Juan Bromley⁷, quien, a través de un manuscrito de 1946, denominado *Hacia la estructuración legal y municipal de la gran Lima*, cuestionaba la tendencia localista que dividía a Lima Metropolitana en cada vez más distritos. Al respecto, Bromley sentenciaba: «La zonificación de la ciudad, tan útil y aconsejable, no podrá acometerse dentro del actual estado de dispersión y de anarquía». Hacía, por ejemplo, referencia a que «el distrito de La Victoria solo presenta mejoras visibles en su pavimentación, costada por los propietarios de inmuebles». Acaso esto último es un recuerdo de lo que ocurriera años atrás en el paseo Colón y una confirmación de lo que ya se sospechaba respecto al futuro de Lima.

De este modo, el desordenado crecimiento de Lima permitió que, en la medida en que pueblos aledaños, balnearios, zonas rurales, etcétera, iban siendo «alcanzados» por la creciente urbe, estos se vieron convertidos en distritos anexados a

4 *Ibid.*, p. 89.

5 *Ibid.*, p. 27.

6 *El Comercio* (1990). Sección Metropolitana. «La expansión de los asentamientos humanos», p. 02

la ciudad capital.

Son los años 40 los reconocidos también como los del inicio del crecimiento explosivo del Cono Norte⁹, etapa que dura hasta aproximadamente 1967 y a la que se le atribuyen diversas causas: el despojo de tierras agrícolas a campesinos en sus lugares de origen, el terremoto de 1940 que provocó la destrucción de casas antiguas en el centro de Lima y la creciente demanda de vivienda en las zonas populares.

A su vez, por el sur, fueron las invasiones de Tablada de Lurín, de las laderas del cerro San Cosme, en 1946, y del cerro El Agustino, en 1947 (barriada de San Pedro, en el este), las que hoy son consideradas como invasiones de corte estratégico, planificadas por los invasores con un objetivo específico para el futuro desarrollo de Lima Sur. Surgió también una serie de barriadas dentro de Lima Central, como Mendocita, Doña Isabel, El Independiente y el Cerro San Cristóbal.

Debido a este escenario, no es sorprendente ver que en la primera mitad del siglo XX se formaron noventa y siete barriadas con la participación de 9.245 familias.

A pesar de todo este crecimiento, en esas épocas aún existían muchas zonas sin urbanizar. Resulta ilustrativo destacar, por ejemplo, que para ese entonces (1946) Santiago de Surco era considerada como una «población totalmente rural, sin perspectivas de progreso urbano»¹⁰.

Así, en medio de este proceso de paulatino crecimiento, en 1944 el Cercado de Lima contaba con 295.374 habitantes¹¹ y, sumados a los cada vez más populosos distritos (que sumaban once) de aquella época, como La Victoria o Lince, formaban una unidad de algo más de setecientos mil habitantes.

7 Juan Bromley Seminario (1894-1968) fue secretario general de la Municipalidad de Lima y escribió, entre otras muchas publicaciones, *Evolución urbana de la ciudad de Lima* (1944). Se recuerda que al incendiarse el local del municipio, en 1923, una serie de documentos históricos de Lima estuvieron a punto de ser quemados, pero la desinteresada acción de Juan Bromley los rescató y puso a buen recaudo.

8 Bromley Seminario, Juan (1946). *Hacia la estructuración legal y municipal de la gran Lima*. Ensayo manuscrito, pp. 13-18.

9 *Alternativa* (1999). «Cono Norte de Lima Metropolitana», p. 20.

10 Bromley Seminario, Juan, op. cit., p. 4.

11 Bromley Seminario, Juan, op. cit., p. 1.

Cuadro 2
Barriadas formadas en Lima (1910-1949)

Año	Barriadas
1910	1
1914	1
1921	5
1923	1
1924	1
1925	1
1927	3
1928	3
1929	6
1930	4
1931	13
1932	2
1934	3
1935	6
1936	5
1938	7
1939	6
1940	11
1942	9
1943	1
1944	1
1945	1
1943	2
1947	1
1948	2
1949	1
Total	97

¿Cómo se adaptaron los migrantes? Cholo soy...

Resulta necesario destacar el resultante de la sociedad de migrantes apostada en la Lima de estas primeras cinco décadas del siglo, sobre todo en cuanto al nivel de adaptación al entorno capitalino y a la intrínseca lejanía de su «terruño». Este proceso de adaptación, juzgado -muchas veces- peyorativamente por el limeño tradicional, definía al migrante y a su entorno, como el «cholo» o la «cultura chola».

Para el caso, es pertinente aludir al Primer Congreso Internacional de

Peruanistas desarrollado en Lima en 1951, el cual trató, entre otros variados temas, un análisis de lo que para ese entonces significaba la «cultura chola» o lo «cholo» en el Perú.

Así, según los resultados de dicho congreso realizado a mediados del siglo XX, se entendía como cholo: «El estatus cultural intermedio entre lo indígena y lo mestizo».

A su vez, se consideraba: «Imposible la incorporación del indio dentro del estatus de los mestizos sin antes solucionar sus problemas económicos y socioculturales; problemas que son soluciones por el indio mientras comparte o vive en el estatus cultural cholo y después del cual se identifica con los mestizos».

La cultura chola, decían, «es una síntesis de elementos de diversas procedencias, siendo casi la totalidad de estos pertenecientes a la civilización occidental y cuyo principal vehículo fue la cultura hispana»¹².

De este modo, dichos conceptos basados en ese carácter cholo, analizado desde la perspectiva occidental, se mezclaban e intentaban adaptarse en una común pobreza económica con parte del criollismo limeño, que tenía como ícono musical representativo a «El plebeyo», de Felipe Pinglo, y a una enorme mixtura de gentes, plasmadas musicalmente en el llamado valsecito, la música negra, la marinera y la zamacueca.

Así, «fue en los callejones, casas de vecindad y de viejas casonas, huertas, de cantinas y chicherías, donde se empezó a forjar una manera de ser, una identidad cultural común y un Estilo de Vida entre los pobres de Lima. Sus comidas traen la inspiración inca del cebiche o macerado de pescado seco salado y después fresco con mucho ají y limón. Negros, blancos, cholos urbanizados crean la tripulina (todas las vísceras) sangrecita de toro, el camote con relleno, el anticucho y el cau cau, mondongo de los bofes que los castellanos botaban para los indios y negros de las casas hacienda...»¹³.

En conclusión, Lima finalizaba la primera mitad del siglo fortalecida por la presencia de los migrantes, los cuales día a día no solo la hacían más suya, sino que la iban construyendo (moldeando) a la par que se adaptaban a ella.

12 Vásquez, María (1951). *La cultura chola o lo cholo en el Perú*. Lima: Congreso Internacional de Peruanistas.

13 Instituto Nacional de Estadística (2001). *Almanaque de Lima y Callao*, p.50.

Segunda mitad del siglo XX (de-1950 a 2000)

En dicho momento de la historia del Lima, ya evidenciadas las invasiones como un fenómeno muy difícil de manejar, se empezaron a dar facilidades para los migrantes desde la perspectiva legal y política.

Si bien es cierto que, en la primera mitad del siglo, Lima Metropolitana ya había alcanzado límites geográficos y demográficos desmesurados, en los siguientes cincuenta años, década a década, el crecimiento de la capital cada vez fue mayor. A continuación, un análisis del crecimiento «explosivo» de Lima en la segunda mitad del siglo xx.

Década de 1950

Hasta ese momento, las invasiones de terreno originadas por las migraciones provenientes de provincia habían sido duramente combatidas; sin embargo, a partir de la segunda mitad del siglo XX el entorno cambió y, más que ser vistas como un problema, fueron tomadas como la solución a lo que venía generando el imparable proceso iniciado.

Un marco legal de corte migratorio

En la década de 1950 la definición de «pueblos jóvenes»¹⁴, bajo un sistema de legalidad, permitió el otorgamiento de servicios asistencialistas para prevenir, entre otros males, problemas de salubridad, violencia, etcétera. Para muchos, este fue el eslabón legal que necesitaban los futuros invasores de Lima.

Es así que a mediados de esa década se da por fundado el pueblo joven de Ventanilla, movimiento humano que, una década y media más tarde, se cristalizaría en distrito. Así también, en los años 50 se formaron cincuenta y siete barriadas con 25.098 familias¹⁵.

Pueblos jóvenes¹⁶

Son los asentamientos humanos generados a raíz de las invasiones organizadas por los pobladores y que son reconocidos por la ley sobre la base de los planos que cada pueblo joven generó, así como por los acuerdos que el pueblo joven tomó con la finalidad de organizar la distribución de la propiedad entre

14 Basado en los Decretos Legislativos 495 y 803.

sus integrantes. Debe tenerse en cuenta que dichos planos fueron elaborados recogiendo muchas pautas de las normas del derecho forma por lo que podían responder en gran medida a los requerimientos de dicho derecho.

También se considera en la categoría de pueblo joven a los programas estatales y municipales de vivienda, los centros poblados en las zonas rurales y los pueblos tradicionales, así como cualquier forma de informalidad primaria destinada a un fin urbano que sea reconocida mediante una resolución de la entidad encargada del proceso de formalización.

Cuadro 3
Barriadas formadas en Lima (1950-1959)

Año	Barriadas
1950	8
1951	5
1952	9
1953	5
1954	8
1955	3
1956	7
1957	1
1958	7
1959	4
Total	57

La gran migración de Ciudad de Dios

Con las facilidades legales expuestas, no resulta extraño, cuando hacemos el análisis histórico, comprender la realización de la gran migración masiva de Ciudad de Dios, ocurrida en la Navidad de 1954.

El impresionante desplazamiento humano que se abrió paso en un vasto arenal del sur no solo fue importante porque abrió un nuevo eje de crecimiento, sino también porque fue una acción preparada minuciosamente durante algunos meses, que buscó incluso el apoyo político de algunos sectores para evitar la muy probable represión policial.

15 Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, op. cit., p. 29

16 Basado en los Decretos Legislativos 495 y 803

Así, las invasiones comenzaban a crear una metodología que se repetiría muchas veces en el resto del siglo y que tendrían algunos líderes especializados, como el famoso Poncho Negro, que reclamó la autoría de la dirección de más de cincuenta invasiones en Lima.

Nace Lima Sur

Teniendo ya el marco legal para justificar una participación estatal en los procesos de apoyo a las invasiones, solo cuatro años después de realizada la invasión de Ciudad de Dios, el Estado peruano propuso un programa de legalización inesperado. Se trató de una propuesta de entrega de núcleos básicos bajo la modalidad de alquiler-venta en un terreno habilitado a pocos metros del lugar donde sucedió la invasión. Lima Sur tendría entonces una partida de nacimiento doble: la invasión, por un lado, y la urbanización formal estimulada por el Estado, por el otro.

Esta intervención estatal le dio estabilidad a las invasiones de La Libertad y Ciudad de Dios, pero paralelamente tuvo un efecto social mucho más importante, pues incentivó claramente a futuras invasiones en otras zonas de la ciudad.

Década de 1960

En la década de 1960, los problemas del campo generaron un crecimiento cada vez más importante de las migraciones hacia las ciudades, creando una enorme presión social en estas, la cual se expresaba en invasiones cada vez más numerosas. Frente a ello, el Estado decidió responder legislando para evitar la -cada vez más común- violencia que acompañaba a las invasiones. En esta legislación, a la vez que se planteaban prohibiciones a nuevas invasiones, también se determinaban los procedimientos que debían seguirse para obtener la titularidad en aquellas ya efectuadas.

El marco de regulación que surgió de ello tenía el problema de que los procedimientos que contenía para la obtención de la deseada titularidad duraban diez años, a través de -nada menos- 207 pasos administrativos.

Por estos años, los distritos de Lima contaban con 154 barriadas, en las cuales el 90,4 por ciento de sus pobladores estaban considerados dentro de la clase popular. Dichas barriadas, como se observa en el cuadro 4, estuvieron distribuidas en casi todos los distritos de Lima.

La invasión es legal

En 1961 se dictó la Ley 13517, por la que por primera vez se otorgó reconocimiento y carácter jurídico a la invasión, permitiendo su legitimización frente a los derechos de otros propietarios y procediendo inclusive a la expropiación cuando ella se diera en terrenos privados.

Cuadro 4

Barriadas formadas hasta la década de 1960

Distrito	Barriadas	Población	%
Ancón	3	1.676	0,70
Ate	12	28.906	12,22
Barranco	4	1.245	0,52
Breña	4	1.082	0,45
Callao	18	26.170	11,06
Carabayllo	5	25.883	10,94
Chaclacayo	3	1.079	0,45
Chancay	2	1.925	0,82
Chorrillos	5	2.921	1,23
San Martín de Porres	17	42.933	18,14
Huacho	2	1.127	0,47
La Victoria	3	17.783	7,52
Lima	23	23.335	9,86
Lurigancho	14	5.685	2,41
Magdalena	2	319	0,13
Miraflores	1	156	0,06
Pachacámac	2	791	0,33
Pueblo Libre	3	1.288	0,55
Puente Piedra	4	1.362	0,58
Ricardo Palma	5	1.224	0,51
Rímac	14	27.208	11,50
San Miguel	1	15.000	6,34
Surquillo	4	2.821	1,19
Surco	3	4.797	2,02
Total	154	26.716	100,00

Fuente: Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

Lima Norte y Lima Sur van adquiriendo forma

De este modo se comprende por qué en esta década, solo en Lima Norte, se formaron cuatro distritos. Notorio crecimiento estimulado a su vez por el inicio de su proceso de industrialización, hecho que se cristalizó con la construcción de la ensambladora de vehículos Motor Perú (1964) y la Refinería La Pampilla (1967). Se formaron así las barriadas que constituirían el almacén de Lima Norte (Cono Norte): Independencia y El Progreso (1960), Tahuantinsuyo, El Carmen y El Ermitaño (1961).

Del mismo modo, en Lima Sur (Cono Sur), se formó la barriada José Carlos Mariátegui (1961), la misma que sirvió para conectar lo que constituía la invasión de Ciudad de Dios con Villa María del Triunfo, iniciándose así también la consolidación de esta nueva Lima del sur.

Década de 1970

Una violenta reforma agraria, generada por el gobierno golpista y militar de Juan Velasco Alvarado, removió al país y potenció el flujo migratorio, pero en aquella ocasión con un mayor apoyo gubernamental.

Dicha acción dictatorial, desarrollada por un gobierno de facto, se convirtió en el eje político e histórico de un nuevo impulso al imparable proceso del cual se referencia en el cuadro 5, que, si bien plasma información solo hasta acabada la década de 1980, no cuestiona el hecho de que, como se verá más adelante, el mencionado fenómeno migracionista aún continúe en el siglo XXI.

Cuadro 5

Evolución de los asentamientos humanos marginales reconocidos legalmente (1961 a junio de 1988)

Años	Norte	Centro	Este	Sur	Total
1961	12	47	29	7	95
1965					
1966	14	48	31	10	103
1970					
1971	41	60	60	24	185
1975					
1976	50	61	62	3	205
1980					
1981	121	81	120	79	401
1985					
1986	198	93	189	125	605
1988					

Fuente: Dirección Municipal de Desarrollo Urbano de la Municipalidad de Lima.

La reforma agraria

En 1969, con la Ley de Reforma Agraria, se fundamentó oficialmente que «la tierra era para el que la trabajara».

Dicho programa, que impulsó el gobierno militar de Velasco, se tradujo en la expropiación de tierras de cultivo y su transformación en unidades asociativas y de propiedad social. Ello tuvo como consecuencia el retiro del campo del empresariado agrario y de los técnicos especializados en el sector. Con ello se incrementó la «agricultura familiar», caracterizada por ser muy artesanal, de reducida productividad y -prácticamente- inexistente eficiencia comercial.

De este modo, la Reforma Agraria constituyó un punto de quiebre para el manejo no latifundista de las tierras y el intrínseco abandono de estas que ello trajo consigo. El resultado, luego de una superficial

bonanza percibida hasta 1974, fue que el flujo de migrantes se agudizó de manera notoria.

A su vez, en un intento vano, en esta década se trataron de establecer procedimientos que formalizaran la adjudicación de zonas urbanas a través de programas especiales que finalmente solo cubrieron el 2 por ciento de las expectativas.

Por todo ello, se puede afirmar que la presión social generada por la reforma agraria alimentó la migración y determinó un contexto que la ciudad de Lima no estaba preparada para manejar.

Surge Villa El Salvador

El 28 de abril de 1971, unas doscientas familias provenientes-en su mayoría-de los callejones de Lima y Surquillo estimularon un cambio importante con respecto a invasiones anteriores que eran conformadas por migrantes directos, invadieron terrenos reservados para equipamientos colectivos en las pendientes que rodean Pamplona Alta, a la entrada de Lima Sur. En menos de quince días había cerca de nueve mil personas en la zona. Hubo enfrentamientos y muertos.

El de 11 mayo los invasores se reubicaron en un terreno plano de dos mil novecientas hectáreas a veintinueve kilómetros del centro de Lima, en los arenales de Hoyada Blanca de Tablada de Lurín. A esta gran barriada se le denominó Villa El Salvador. Con ese espíritu, el 4 de julio de 1972, a poco más de un año de efectuada la ocupación y como muestra de su capacidad de gestión traducida en un autocenso, cifraba ya una magnitud demográfica de 109.165 habitantes.

Con una versatilidad admirable, aquella invasión -que después, ya como distrito, ganaría el Premio Príncipe de Asturias-, solo al mes de efectuada, ya tenía fundado un mercado y, en diciembre del mismo año, el primer colegio y el primer club de madres. Hoy, Villa El Salvador constituye un importante centro de fabricación de muebles, zapatos, metales, etcétera.

Visión oficial del distrito de Villa El Salvador¹⁷

« Villa el Salvador es un distrito de productores, líder, organizado y generador de riquezas, es una ciudad moderna y saludable, con hombres y mujeres de todas las generaciones con valores humanos, con igualdad de oportunidades de formación y desempeño que participan democráticamente en la gestión de su desarrollo».

Lima Este se define

Una parte de quienes se movilizaron a la Tablada de Lurín rechazaba vivir en Villa El Salvador por su lejanía de la ciudad y, en enero de 1976, invadieron El Rescate, zona ubicada en la margen izquierda del río Rímac. En diez días los invasores totalizaban cuatro mil quinientas familias. Ante tal situación, el gobierno del Perú se vio obligado a crear una segunda gran barriada en los terrenos de Canto Grande (actual distrito de San Juan de Lurigancho).

Década de 1980

En 1981 Lima tenía aproximadamente 4.608.000 habitantes y el 42,7 por ciento de ellos eran migrantes¹⁸. Si bien este porcentaje era menor respecto a décadas anteriores, ello se debía fundamentalmente al aumento considerable de la natalidad limeña (entre dichos nacimientos, como es obvio, los hijos de los migrantes)¹⁹.

Asimismo, en esta década, Lima Metropolitana se seguía consolidando como una ciudad caracterizada por la concentración de riqueza. Así se pudo apreciar en ciertos indicadores económico-financieros, como concentración del 57,8 por ciento (1987) del PBI industrial que se generaba en el país, el 29 por ciento de la fuerza laboral del país, el 98 por ciento de la inversión privada (1980), el 80 por ciento de colocaciones de la banca comercial (1987), el 60 por ciento de la exportación no tradicional, el 85 por ciento de las importaciones y el 75 por ciento de la recaudación.

El terrorismo y los desplazados

El comienzo de los años 80 es caracterizado por la violencia terrorista y el inicio de los desplazamientos hacia las ciudades más grandes del país, principalmente a Lima, proceso que diecisiete años después sumaría 430 mil personas movilizadas²⁰.

«En relación con la modalidad de desplazamiento de la población retornante (en el proceso de retorno de los desplazados), de acuerdo con el último lugar de residencia, la ciudad de Lima habría concentrado al 22,1 por ciento de desplazados»²¹.

Al respecto, hasta hace poco no se conocían las «cifras del terror» que se habían originado durante dicho proceso. Hoy en día, gracias a la Comisión de la

¹⁷ Municipalidad de Villa El Salvador (2009). Sitio web oficial.

¹⁸ Golte, Jürgen y Adams, Norma (1987). *Los caballos de Troya de los invasores. Estrategias campesinas en la conquista de la gran Lima*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

¹⁹ Municipalidad de Lima Metropolitana (1990). *Plan de desarrollo metropolitano de Lima-Callao 1990-2010*.

Verdad, se sabe que fueron muchos más de los pensados los peruanos fallecidos durante la cruenta ola terrorista que vivió el Perú.

«Las áreas más afectadas en el país fueron los departamentos de Ayacucho, Huancavelica, Apurímac, Junín, Huánuco, en menor medida los departamentos de la sierra, Áncash, Puno, Cajamarca, Cusco y Paseo, así como grandes zonas de la selva de San Martín, Ucayali, Loreto y Amazonas»²².

A nivel departamental, en el periodo 1981-1985, los mayores desplazamientos se habrían dado en los departamentos de Ayacucho (60,4 por ciento) y Huancavelica (39,1 por ciento). Mientras tanto, en el periodo 1986-1990, este proceso se habría intensificado en Apurímac²³.

En tal sentido, fueron principalmente las provincias de la sierra sur y centro las más afectadas y las que generaron más migrantes hacia Lima.

Según investigaciones realizadas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), dicho proceso se habría iniciado en 1981 y «habría tomado su punto más alto entre los años 1983 y 1984»²⁴.

Mejorando los sistemas de formalización

Si bien en décadas previas se había avanzado bastante en materia de legislación respecto a las invasiones, en los años 80 se trabajó mucho en la desregularización, otorgándoles a los pobladores, poco a poco, la posibilidad de que ellos mismos administrasen su entorno y así se fueran formalizando.

Una de las características que han posibilitado el hecho de que los habitantes de los «conos» tengan sus casas construidas ha radicado en el apoyo mancomunado heredado de las costumbres ancestrales de su proveniencia²⁵.

Se trataba de un perfeccionamiento continuo del sistema legal, mejoramiento que aún era insuficiente comparado con los requerimientos de los millones de migrantes del interior del país.

Década de 1990

Según el censo de 1993, Lima registró un saldo migratorio positivo de 2.181.835 personas a través de su historia. Es más, del mencionado censo, como referente del comienzo de esta década, se desprende que solo en el quinquenio de 1988 a 1993 se habría dado una migración hacia Lima de 649.639 personas (de cinco y

más años de edad), 96,5 por ciento de ellos procedentes del interior del país.

Hacia la formalización masiva de invasiones

Luego de décadas de cambios y más cambios de políticas respecto a las invasiones, en los años 90 se dio paso a la formalización masiva de las mismas. Sin duda, parte de esta corriente fue generada por *El otro sendero*²⁶, libro que unos años antes puso en relieve la importancia de la propiedad y la construcción informal como generadora de desarrollo, proponiendo que sea vista como parte de la solución más que como parte del problema de vivienda en el país.

Así, por medio del sistema de la Comisión de Formalización de Propiedad Informal (Cofopri) ya través de la Ley de Promoción de Acceso a la Propiedad Formal, Decreto 805, se comenzó a legalizar más de un millón de predios urbanos, la mayor parte de ellos en la ciudad de Lima. Si esta cifra resulta impresionante, debe remarcarse que ella solo se refiere a aquellas invasiones que precedían a 1996 y que estaban ubicadas en terrenos del Estado.

El retorno de los desplazados

A partir de 1992, algunos de los desplazados por el terrorismo que habían arribado a Lima comenzaron a regresar a sus lugares de origen. El retorno más importante se habría llevado a cabo después de 1993.

En tal sentido, según una investigación desarrollada por el INEI, la mayor proporción de población retornante declaró que uno de los factores que aceleró el proceso de su retorno a las comunidades de origen fue el proceso de pacificación iniciado por el gobierno. Inmediatamente después, la respuesta más importante del 33,6 por ciento de esa población fue que retornaban para recuperar sus propiedades y un 29,3 por ciento refirió que regresaron por motivaciones de tipo laboral²⁷.

Al respecto, resulta interesante reconocer que el retorno hacia la comunidad de origen se habría producido principalmente por propia voluntad o de manera espontánea (89,0 por ciento de la población retornante), lo cual demuestra una vez más la independencia y decisión de los artífices de los procesos de migración.

Pese a que este retorno de los migrantes no es representativo en términos de cantidad, sí constituye un indicador de la predisposición para descentralizar, en la medida en que las condiciones estén dadas.

24 Ibid.

25 Golte, Jürgen y Adams, Norma, op. cit., p. 42.

26 Soto, Hernando de (1986). *El otro sendero*. Lima: Instituto Libertad y Democracia.

27 Ibid.

20 Coronel, José. Separata A, p. 2.

21 Instituto Nacional de Estadística e Informática (2000). *Estado de población peruana 2000*.

22 Ibid.

23 Ibid.

El desarrollo de las pequeñas y medianas empresas (pymes)

Conjuntamente con el desarrollo de la población, también se desarrollaban microempresas y pequeñas y medianas empresas, la mayoría de ellas ubicadas en las zonas nuevas de la ciudad, pero también con gran desarrollo en zonas más antiguas. Así como en la zona industrial de Villa El Salvador, especializada en muebles y zapatería, se ve el inmenso crecimiento del emporio textil de Gamarra, en pleno corazón del ya por entonces tradicional barrio de La Victoria, y el desarrollo de amplias zonas comerciales en Lima Norte.

Según el INEI, el número de establecimientos de las pymes en Lima Metropolitana a fines del siglo XX ascendía a 160.040, pero esa cifra no incluye a las varias decenas de miles de empresas unipersonales y otras informales que viven alrededor de las primeras. Cabe señalar que de 1971 a 1984 el número de establecimientos de pequeña industria se duplicó, pero el crecimiento de empleos fue menor que el de empresas, lo que señala que las nuevas empresas creadas eran de tamaño menor. Sin embargo, ese tamaño menor²⁸ no implicó necesariamente menor nivel de organización, pero sí una organización con prioridades y problemas diferentes²⁹.

A nivel de distritos, en el análisis del INEI se observa que la distribución del número de pymes de Lima Metropolitana se daba de la siguiente manera: en Lima Cercado, un 12,4 por ciento; en La Victoria, 8,6 por ciento; en San Juan de Lurigancho, 6,6 por ciento; en Comas, 5,5 por ciento; en San Martín de Porres, 5,3 por ciento; y en el distrito del Callao, 4,8 por ciento. Similares características se dieron en 1993, a excepción de Lima Cercado, que experimentó una contracción de casi dos puntos porcentuales en cuatro años. Crecieron más los negocios de la periferia³⁰.

Según la actividad económica que realizaban los diversos establecimientos de las pymes en Lima Metropolitana, se observa que la concentración más significativa se registró en las bodegas, negocios que representaban el 27,6 por ciento del total de establecimientos. Le seguían en orden de importancia los restaurantes, que representaban el 8,9 por ciento, y las peluquerías o salones de belleza y

28 Villarán, Fernando (1987). *La pequeña empresa, una alternativa tecnológica para el sector industrial*. Lima: Fundación Friedrich Ebert.

29 Arellano, Rolando (1989). *Pequeña y mediana industria: visión de los empresarios*. Lima: ESAN.

30 Instituto Nacional de Estadística e Informática, op. cit.

las vulcanizadoras, con el 3,3 por ciento y el 13,2 por ciento, respectivamente³¹.

Una muestra de la relevancia que tienen las empresas pequeñas en la sociedad se observa en la creación a nivel empresarial y académico de la palabra *mype* (microempresa y pequeña empresa), que poco a poco comienza a tener más interés que la pyme (pequeña y mediana empresa). Como el lector supondrá, la mayor parte de las mypes se ubican en Lima Conurbana.

Efectivamente, las zonas de Lima Conurbana, debido a las ventajas y facilidades que estas ofrecen, se convirtieron en una «atmósfera» ideal para el desarrollo de negocios. Aunque no constituyen en su mayor parte generadores directos de ingreso para el Estado, con el tiempo y fruto de la formalización, es muy probable que se constituyan en un factor predominante del desarrollo económico del Perú.

Es necesario remarcar aquí que el fenómeno de la pequeña empresa, del sector informal y, en general, del desarrollo aparentemente desordenado de la sociedad no es algo exclusivo de Lima. Al igual que en el caso del crecimiento poblacional, este fenómeno ocurre en muy diversos lugares del mundo³², básicamente en los países en vías de desarrollo.

La última gran invasión del siglo XX: los arenales de Ventanilla

La última gran invasión se produjo en 2000 en los arenales de Ventanilla y originó el asentamiento humano Pachacútec (ciudadela Pachacútec). Ella recibió la atención tanto de los últimos momentos del gobierno del ex presidente Alberto Fujimori, como del siguiente presidente del Perú, Alejandro Toledo.

Luego de muchos años de estabilidad en cuanto a invasiones violentas, el fenómeno de Pachacútec tuvo un tratamiento especial de los gobiernos, quizá porque se gestó en un momento de crisis del Estado y de gran actividad electoral. No siendo un buen momento para crearse enemigos, ni Fujimori ni Toledo se opusieron, como fue el caso de invasiones en los años más recientes, sino que, por el contrario, la apoyaron abiertamente.

Este último, Toledo, además de prometer una gran inversión para el desarrollo de servicios de electricidad, agua y alcantarillado, en noviembre de 2003 incluso

31 Instituto Nacional de Estadística e Informática, op. cit.

32 Arellano, Rolando y otros (1993). *Les entreprises informelles dans le monde*. Québec: les Presses de l'Université Laval.

apadrinó la ceremonia de colocación de la primera piedra de la nueva Universidad Católica del Callao, justamente, en dicha ciudadela.

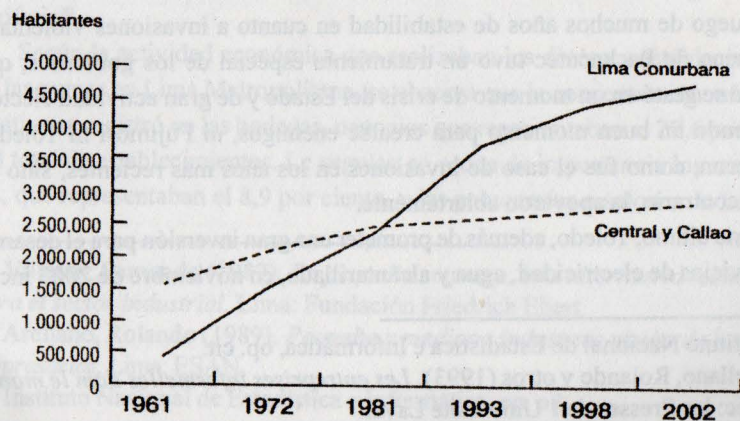
Ideada con el objetivo de que sea administrada por los pobladores de Lima Norte, esta nueva universidad, forjada solo tres años después de la referida invasión, prevé albergar a doce mil alumnos en un terreno de aproximadamente doscientas hectáreas, constituyéndose en una casa de estudios superiores, técnica en un primer momento y más adelante de formación profesional. Inmensa diferencia con los trabajos que tuvieron que pasar los invasores de los primeros momentos de la nueva Lima, que solo soñaban con tener agua y desagüe y para los que una universidad ni siquiera entraba en sus expectativas más optimistas.

Continuación del crecimiento: siglo XXI

En 2004, Lima Metropolitana conseguía un crecimiento homogéneo. Ello debido a que, con la llegada del siglo XXI, Lima Central vio acelerar su crecimiento.

Como se observa en el gráfico siguiente, mientras Lima Central y el Callao pasaron de un millón y medio de personas en 1960 a cerca de tres millones en 2000, Lima Conurbana pasó de cero a cinco millones en el mismo lapso. En otras palabras, hoy Lima Conurbana (los conos) tiene casi dos tercios de la población total de la ciudad capital. Es difícil, por lo tanto, hablar de «la periferia» y «el centro», y -en muchos aspectos- más importantes que la parte central.

Cuadro 6
Lima Conurbana, Lima Central y Callao



Ahora bien, de 1997 a 1998, de 1998 a 1999 y de 1999 a 2000, el crecimiento poblacional promedio anual de Lima Central solo fue de 0,6 por ciento, mientras que de 2000 a 2001 este subió a un 1,4 por ciento y de 2001 a 2002 a un 1,7 por ciento. Debe señalarse que la tasa de 1,7 por ciento es equiparable al crecimiento que en dicho año presentaron Lima Norte y Lima Este, pertenecientes a Lima Conurbana. Parecería entonces que se hubiera estabilizado el crecimiento en todas las zonas limeñas.

Sin embargo, a pesar del dato anterior, no puede ignorarse que el potencial de crecimiento de Lima Conurbana sigue siendo bastante superior al de Lima Central. Ello debido fundamentalmente a que su tamaño demográfico (62 por ciento del total de la población) ocupa un territorio geográfico mucho mayor que el de Lima Central. Así, según el INEI, al censo de 1993, los distritos centrales de Lima Metropolitana tenían un área ocupada al 100 por ciento de su capacidad, mientras que la Lima Conurbana restante contaba con apenas el 25 por ciento de sus territorios ocupados³³. Así, es muy probable que el crecimiento de Lima en el futuro se volverá a dar en Lima Norte, Lima Sur y Lima Este, más que en Lima Central o el Callao. De este modo, no sorprende que, finalizando el siglo XX, solo en 2000 veinte mil personas participaron en una decena de invasiones en Lima Metropolitana, actividades masivas en las que se vieron ocupadas más de cien hectáreas de terreno³⁴.

Puede pensarse entonces que los «atractivos económicos» de Lima Metropolitana en su conjunto, como la disminución de la pobreza en los años 90, a diferencia del resto del país, seguirán generando un crecimiento de la ciudad, ya sea por una continuada, aunque menor migración hacia la capital de la República, o, en todo caso, la elección de un sedentarismo y crecimiento en ella.

Al respecto, en Lima Metropolitana se calculó para 1997 un nivel de extrema pobreza de entre el 2,4 y el 5,4 por ciento, cifras notablemente bajas cuando las comparamos con el más de 20 por ciento con el que contaba en 1991³⁵. Esto es congruente con el hecho de que, según el Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) de las Naciones Unidas, entre el periodo 1995-1997, si bien en el Perú la pobreza bajó del 41 al 37 por ciento, esta mejoría no habría sido homogénea en todos los sectores. Mientras que en las zonas urbanas había una reducción de 33 a 25 por ciento, en el campo los cambios se daban a la inversa:

³³ Instituto Nacional de Estadística e Informática, op. cit. ³⁴ *El Comercio*, 34 de diciembre de 2000, primera plana.

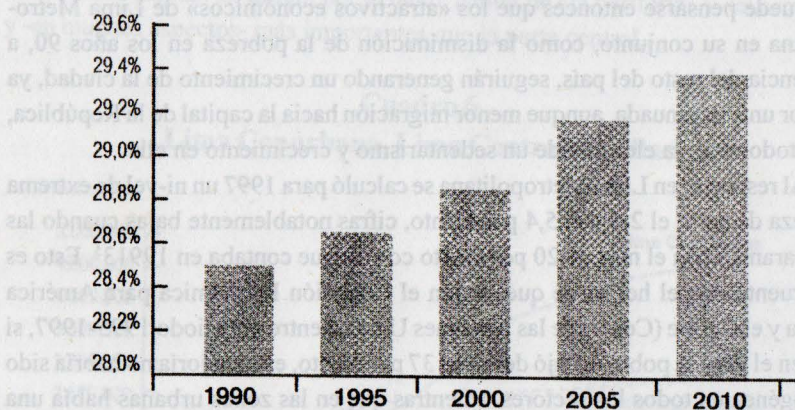
³⁵ Instituto Nacional de Estadística e Informática, op. cit.

ahí la pobreza aumentaba de 56 a 61 por ciento. Más aún, en Lima el empleo creció en 814,502 puestos de trabajo de 1994 a 1997, con una tasa de crecimiento del orden del 7 por ciento anual, superior al 6,6 por ciento a nivel nacional³⁶.

Dicha disparidad ocasiona, entre otras cosas, como es obvio, que la mayoría de los ingresos tributarios provengan de la capital. A más ingresos, mayor capacidad de pagar impuestos y, por ende, mayor propensión a poseer mejores servicios, infraestructura y otros elementos de bienestar indirecto.

Una pregunta pocas veces respondida es aquella que demanda sobre la razón de la migración del campo a la ciudad, cuando en la ciudad los migrantes tienen tan pocas posibilidades de encontrar ingresos decorosos como en su campo natal. La respuesta se encuentra en la existencia en la ciudad de fuentes de bienestar indirecto como la televisión, la posibilidad de ir a una escuela o a un hospital, o simplemente disponer de luz eléctrica. Es decir, no es lo mismo ser pobre con acceso a la televisión que sin él, o con la posibilidad de ir a un hospital de beneficencia que morir sin ayuda médica. Desde este punto de vista, la ciudad, cuanto más grande es, mejor, pues así tiene mucho mayor potencial de proporcionar bienestar indirecto³⁷.

Cuadro 7
Lima, cada vez más representativa del Perú
en porcentaje de población



36 Instituto Nacional de Estadística e Informática (2000). *Resultado de Encuesta Nacional de Hogares 1997-1998*.

37 Arellano, Rolando (2001). *Comportamiento del consumidor. Enfoque América Latina*. México D. E.: McGraw-Hill.

En relación con lo anterior, en la medida en que el campo siga siendo considerado el proveedor de alimentos baratos para Lima, y que la ciudad vaya haciéndose cada vez más grande y desarrollada, seguirá siendo un imán muy atractivo para la migración. No olvide el lector que incluso el principal beneficiario del comercio entre el campo y la ciudad no es el campesino, sino más bien el comerciante de productos agrícolas, generalmente afincado en la ciudad. Así, según el INEI, Lima debió alcanzar, para 2010, la cantidad de 8.809.268 habitantes, es decir, un 29,4 por ciento del total de la población del país.

Como vemos, Lima ha entrado en un círculo vicioso y virtuoso a la vez, según la perspectiva desde donde se lo mire. Por un lado, el crecimiento de la infraestructura de la ciudad y el incremento del beneficio de sus pobladores; por el otro, el crecimiento de las diferencias con el resto del Perú, haciéndola cada vez más atractiva para nuevos migrantes que podrán generar nuevos desequilibrios sociales y urbanos. Depende de sus ciudadanos (individuales y de sus representantes institucionales) el inclinar la balanza a su favor y aprovechar la energía de una ciudad, que, como podrá apreciar el distinguido lector, crece a tropezones, pero, al fin y al cabo, avanza, ante la sorpresa de muchos.

Historias de limeños (1)

José, Lima Central

José vive en el distrito de Jesús María (Lima Central). De ascendentes españoles por el lado del padre, exactamente de la región vasca, y por lado de su mamá, de italianos. Se trata de un limeño clásico y Adaptado, de acuerdo con la clasificación de los Estilos de Vida. Con 75 años de edad, siente que ha disfrutado mucho de la Lima de antaño, ha visto su transición y se ha tenido que adaptar, casi a la fuerza, a lo que constituye la Lima actual. Autocalificándose como un hombre con suerte, José recuerda que ni él, ni sus hermanos, tuvieron la imperiosa necesidad de trabajar de muy jóvenes, aunque sí lo hicieron. A pesar de que su abuelo era ingeniero minero, este tampoco tuvo que laborar siempre, gracias a que «tenían la hacienda de algodón y recibían algo porque la tenían arrendada a una sociedad china».

Si bien es cierto que su padre trabajó, nunca tuvo apuros, pues, como él mismo dice, «siempre chorreaba algo de la parte del abuelo». Al respecto, recuerda con nostalgia: «Yo fui criado por mi abuelo, fui el engreído». Sin embargo, como muchas, su familia, a causa de la reforma agraria, sufrió la

pérdida de las tierras que poseía, y como él mismo afirma: «Dejamos de vivir con ciertas gollerías».

A pesar de haber aceptado lo que significó ese cambio de vida, no avale la evolución de Lima hasta la actualidad. Sobre este punto, cuando se le pide su opinión sobre la capital de hoy, manifiesta: «Horrible. Lima era más chica, yo me acuerdo. Vivía con mi abuelo en el jirón Washington, a tres cuadras del paseo Colón. Era una cosa linda ir al paseo Colón... Yo iba al cine con una empleada de la mano... Había tranquilidad... Los carnavales... Lima tenía menos población. Ha tenido que adaptarse uno al medio, ha chocado mucho la invasión que ha habido de otras personas, no porque sean de la sierra, sino porque ha habido un cambio muy marcado del modo de vivir de ellos con las costumbres nuestras, de lo cual ha salido un modo de vivir diferente, una nueva generación a la que hay que tenerle miedo. Te levantan en peso».

Demostando cierta frustración contenida, manifiesta: «Se han perdido las costumbres, los hábitos... Leguía dejó el carnaval, el Lawn Tennis. En ese tiempo había los bailes infantiles, los corsos...».

Era diferente. Después vino la reforma agraria y fue un fracaso, nos perjudicó un montón».

Como puede apreciar el estimado lector, si bien José evidencia una cierta incomodidad por lo que significó, en muchas etapas, el masivo movimiento migratorio hacia Lima, no duda en reconocer la valía de algunos representantes de Lima Conurbana y así recuerda: «Mi esposa estuvo de supervisora en Yanbal; yo la acompañaba... Noté que la gente de pueblo [Lima Conurbana] se supera bastante, que tiene deseo de surgir. Tengo amigos que de la nada se han hecho; hay uno que entró a Paramonga [empresa en la que José laboró durante algún tiempo] y era portapliegos. Ahora es economista. Tuvimos la oportunidad de estudiar Sociología en la [Universidad] Católica cuando eran tres años, oportunidad que yo no aproveché... ¡Como yo era el vivo!... Este muchacho sí aprovechó y pasó a Economía y lo logró. Sus hijos han estudiado carreras profesionales... Es un caballero... Recuerdo que vino de Camaná y se compró una casita en Sol de Oro [Lima Norte]».

Por otro lado, José, como todo adaptado, gusta de mantener un contacto constante con su entorno particular y así nos cuenta con cierta gratitud: «Pero con un grupo que han sido mis jefes, todos los viernes nos reunimos: almorzamos, cocinamos...».

Si bien José sabe que no es precisamente el jovenzuelo estudiante del Colegio Guadalupe, en el que se formó, comparte su actual distendida vida en su

casa propia de Jesús María, junto a su esposa y una de sus hijas y dos nietos, con la misión de que sus descendientes tengan un éxito traducido en bienestar, por lo menos parecido al que él vivió en su mocedad: «Para mis nietos, con los marinos ya los tengo encaminados, es una seguridad que tengo. Porque yo le tengo miedo a la calle, no creo que sean perfectos, pero van a tener la oportunidad de entrar al medio que tienen otros muchachos. Sobre los otros chiquitos, me da pena que no vaya verlos cuando tengan 15 años. De mi hija, ella es profesora de danza, en los colegios y en un instituto. Espero que pueda independizarse y logre poner algo, que sería un local propio».

Para llegar a esta nueva mezcla de sabores, los limeños, nuevos y antiguos, han debido pasar por un proceso de adaptación importante, que se expresa en los cambios generacionales. En cualquier caso, no hay limeño actual que no sea el hijo de un limeño, lo que hay que averiguar es si se trata de un limeño nacido, o un limeño de chullo o mazamorra de chacaca... Finalmente, con eso.

Para llegar a esta nueva mezcla de sabores, los limeños, nuevos y antiguos, han debido pasar por un proceso de adaptación importante, que se expresa en los cambios generacionales. En cualquier caso, no hay limeño actual que no sea el hijo de un limeño, lo que hay que averiguar es si se trata de un limeño nacido, o un limeño de chullo o mazamorra de chacaca...

La adaptación de Lima Central y Lima Conurbana

Lima actual es el resultado de una conjunción entre los llamados limeños pertenecientes a Lima Central (limeños clásicos) y los de Lima Conurbana (chullos). En ambos grupos se han visto cambios generacionales de adaptación al gran crecimiento de la ciudad.

En el caso de los limeños, que habitan fundamentalmente en Lima Central, podemos distinguir tres generaciones bien marcadas por el grado de parentesco con la ciudad. En los de Lima Central, limeños clásicos, no es tan fácil identificar las características culturales generacionales, pero sí se pueden notar diferencias basadas fundamentalmente en la receptividad al cambio y la

Capítulo II

Ciudad de todos

Como puede apreciar el estimado lector, el bien José evidenció una cierta comodidad por lo que significó, en muchos aspectos, el masivo movimiento migratorio hacia Lima, no duda en reconocer la valía de algunos representantes de Lima Conurbana y así recuerda: «Mi esposa estuvo de embarazada en Iquitos; yo la acompañaba... Noté que la gente de pueblo [Lima Conurbana] se supera bastante, que tiene dadas de surgir. Tuvieron amigos que de la nada se han hecho. Hay uno que entró a Paramonga [empresa en la que José labora durante algún tiempo] y era portugués. Ahora es economista. Tuve la oportunidad de estudiar Sociología en la [Universidad] Católica cuando eran tres años, oportunidad que yo no aproveché... [Como yo era el hijo...]. Era muchacho, si aproveché y pasó a Economía y lo logró. Sus hijos han seguido carreras profesionales... Es un caballero... Recuerdo que vino de Cayash... [compró una casa en Sol de Oro [Lima Norte]].»

Por otro lado, José, como todo adaptado, gusta de mantener su rutina constante con su entorno particular y así nos cuenta con cierta gracia: «Vivo con un grupo que han sido mis jefes, todos los viernes nos reunimos...»

Si bien José sabe que no es precisamente el jefe, recuerda con orgullo: «Yo Gaudete, en el que se formó, comparto su actitud...»

Al margen de cómo nos llamemos, de dónde procedamos o de cuál sea nuestro origen -de la propia Lima, de provincias, del extranjero, selvático, andino, asiático, «inga o mandinga»-, todos somos dueños de Lima, de su vasta e intercultural identidad, de sus virtudes y, por supuesto, de sus desventajas. Ese carácter de vivir en Lima nos posee, sin importar en qué lugar hayamos nacido, quiénes sean nuestros padres, en qué distrito vivamos e, incluso, si nos autodefinimos como limeños o migrantes.

El vivir en Lima Metropolitana nos hace integrantes activos de su desarrollo, aunque probablemente con remembranzas de pasados diversos, pero integrados cada vez más armónicamente. Así lo muestra la variedad de gustos culinarios que finalmente han dado forma al multifacético paladar del que hoy los peruanos estamos orgullosos. La cocina peruana llega a su esplendor en Lima, donde es posible comer conjuntamente causa limeña, papa a la huancaína, ocapa a la arequipeña, arroz con pato a la chiclayana, cabrito a la norteña, juane de yuca con paiche y muchos otros platos de las distintas regiones del Perú. No puede olvidarse que uno de los platos más apreciados por la gran mayoría de limeños, a pesar de que eso haga levantar arrugas en la frente a los más exquisitos o tradicionales, es el «combinado» de cebiche, tallarines rojos, papa a la huancaína, arroz y, eventualmente, cau cau.

Para llegar a esta nueva mixtura de sabores, los limeños, nuevos y antiguos, han debido pasar por un proceso de adaptación importante, que se expresa en diversos cambios generacionales. En cualquier caso, no hay limeño actual que no sea «limeño mazamorrero»; lo que hay que averiguar es si se trata de mazamorra morada, mazamorra de chuño o mazamorra de chancaca...

La adaptación de Lima Central y Lima Conurbana

Lima actual es el resultado de una conjunción entre los llamados limeños pertenecientes a Lima Central (limeños clásicos) y los de Lima Conurbana (neolimeños). En ambos grupos se han visto cambios generacionales de adaptación al gran crecimiento de la ciudad.

En el caso de los neolimeños, que habitan fundamentalmente la Lima Conurbana, parecen existir tres generaciones bien marcadas por el grado de parentesco ancestral con provincianos. En los de Lima Central, limeños clásicos, no es tan fácil identificar las características culturales generacionales, pero sí se pueden notar diferencias basadas fundamentalmente en la receptividad al cambio y la

apertura a los neolimeños que han tenido sus integrantes.

A pesar de que las particularidades de la diversidad de limeños podría justificar un texto mucho más amplio, a continuación se muestra el resultado de un breve análisis de las recientes tres generaciones de los pobladores de Lima Conurbana y del habitante de Lima Central.

Neolimeños en Lima Conurbana

Tres generaciones surgidas en provincias

Probablemente una de las razones de la miopía y la incompreensión de los limeños clásicos y de los empresarios hacia el neolimeño ha sido la percepción anquilosada que estos tienen de lo que son los migrantes limeños. Así, para muchos, el habitante de «los conos» es todavía un campesino de castellano mal hablado, que vive en una casa de esteras y cuida sus carneros en el corral de la vivienda. No se han dado cuenta de que este migrante llegó hace muchos años y hoy tiene hijos y nietos que nacieron y crecieron en Lima, y que son completamente diferentes a sus ancestros.

Primera generación de neolimeños

«Provinciano soy, a Lima me voy»

Esta primera generación fue la que llegó a Lima procedente del interior del país, la mayoría de ellos al comenzar la segunda mitad del siglo pasado, pero que se repite día a día en proporciones menores. En su mayoría, se trataba de gente de la sierra que vino a la ciudad en busca de mejores oportunidades frente a un campo (zonas rurales) con un retraso aún hoy evidente.

Al llegar a Lima, el ser minoría los ponía en una posición de desventaja frente a los demás ciudadanos y, por lo tanto, buscaron agruparse para ayudarse y eventualmente defenderse de aquel entorno desconocido y hostil. Recordemos que los procesos migratorios pocas veces fueron bien vistos por el habitante promedio de Lima Central y, en muchas ocasiones, dicha actitud se reflejaba en un trato despreciativo hacia el inmigrante. *Serrano* y también *cholo* fueron palabras que, dichas por el limeño clásico, peyorativas y despectivas, se usaron con mucho mayor insistencia en esos años para referirse a estos migrantes.

Por ello, los recién llegados formaron las asociaciones distritales, provinciales y departamentales, que no solamente buscaban reunirlos, sino también colaborar con su lugar de origen, al que siempre pensaban regresar, «algún día». Aparentemente su venida a Lima era solamente transitoria.

Seguramente por ello, estando en la ciudad, se caracterizaron por un especial anhelo en mantener sus tradiciones. A pesar de la «modernidad» que les imponía la capital, pocas veces buscaron «limeñizarse» (ser más parecidos a los limeños de antaño que provincianos) y, por el contrario, se aferraron a su pasado, no solo en términos costumbristas, sino también en su comportamiento como consumidores. Los platos comidos en sus casas eran entonces lo más cercano posible a los de su tierra natal, y cuando eso no era posible, el restaurante del club departamental o el Rinconcito... suplían la falta.

Una expresión espontánea que ayuda a analizar la evolución del migrante la constituye su música. Los integrantes de esta primera generación, a pesar de estar en la ciudad, seguían escuchando la música típica de sus respectivas tierras natales, como el huayno, el tondero o la diablada. De este modo, artistas como El Jilguero del Huascarán, Pastorita Huaracina, Flor Pucarina o Picaflor de los Andes fueron, entre otros, los ídolos artísticos de esta generación, que se presentaban fundamentalmente en la hoy desaparecida carpa del Coliseo Nacional, los domingos en la tarde.

«Las locas ilusiones me sacaron de mi pueblo y abandoné mi casa para ver la capital», decía la canción «El provinciano», sin duda el himno de los migrantes en Lima en esos años. La letra insistía en que el logro de la comodidad económica no disminuía en nada el ferviente deseo de retorno al lugar de origen, donde serían mejor tratados que en Lima. Resulta interesante, sin embargo, ver que ya allí se daban los primeros pasos de mestizaje cultural con Lima, pues el cantante de ese gran éxito se llamaba orgulosamente Luis *Cholo* Abanto Morales, y el ritmo de la canción era de vals peruano, música propia de Lima y algunas ciudades costeras.

Segunda generación de neolimeños

«Tropical andino»

La segunda generación la conformarían los hijos de aquellos migrantes de la primera generación llegada a la capital. Ellos, si bien aún crecieron bajo la influencia provinciana de sus padres, lo hicieron también impregnados con los patrones culturales de la ciudad que los acogió.

Sus formas de consumo ya no fueron tan arraigadas en lo pasado como las de sus padres, pero tampoco se parecían demasiado a las formas de consumo del limeño clásico, poblador de Lima Central. Este ciudadano de la segunda generación de Lima Conurbana recoge un poco de ambas culturas, lo suficiente como para que, a partir de ellas y en un futuro cercano (hoy), surgiera una nueva cultura limeña.

Este grupo humano, de rasgos culturales mixtos, también llegó a sufrir el rechazo de la sociedad de limeños clásicos. Ello llevó a que algunos de sus integrantes traten de negar su propia identidad, buscando parecer limeños de Lima Central, o lo que suponían que estos querían ser. Así, a sus hijos los bautizaron con nombres como Yoni, Williams, Katerin o Yésica, y no Teófilo, Heriberto, Sebastiana o María, nombres comunes entre ellos mismos y sus ancestros.

De alguna forma replicaban allí a Tulio Loza, ídolo de los primeros migrantes, cuyo personaje cómico, un inmigrante serrano que se burlaba de los limeños, se llamaba Nemesio Chupaca Porongo, «más conocido como el gringo Williams».

Su consumo también se vio influido por ambas corrientes. Adoptaron, hasta hoy, el pollo a la brasa y el salchipapas, pero no dejaron de consumir sus comidas típicas, en una mezcla de sabores inédita en la ciudad capital.

Como parte de su proceso de adaptación, el ciudadano promedio de esta generación se trató de vestir siguiendo la moda costeña, pero con el tiempo le fue añadiendo su componente provinciano, en materia de colores, materiales, etcétera. Expresión similar se observa en el diseño y color de sus casas construidas en la capital, que comienzan a tener, por ejemplo, techos a dos aguas cubiertos con tejas andinas, absolutamente imprácticos en una ciudad donde llueve muy poco.

Una vez más, como en el caso de la primera generación, la mezcla cultural de este grupo, que a comienzos del siglo XXI oscila entre los 30 y 40 años, se evidenció muy claramente en su música: ellos crearon y popularizaron el llamado ritmo tropical andino, que los limeños de Lima Central bautizaron de forma despectiva como música chicha. Sus ídolos fueron, entre otros diversos grupos musicales, Los Shapis, el cantante Chacalón y también Tulio Loza, que para esa época ya había dejado de ser Nemesio Chupaca para popularizar a Camotillo, un ficticio abogado tinterillero cuyo éxito en la ciudad lo había catapultado hasta ser candidato a la presidencia de la República.

El tiempo jugando a favor de los nuevos limeños llevó a muchos de ellos a emigrar a otros lugares del mundo. Así, algunos llevaron la música chicha a Argentina, donde tomó el nombre de *bailanta*. Años después, esa música adquiriría mayor respeto en los pobladores de Lima Central, bastante poco nacionalistas, pues regresó al país con aires triunfadores traída por grupos argentinos. En cualquier caso, se percibían signos de aceptación social hacia los migrantes.

Tercera generación de neolimeños

«Tecno»

Esta tercera generación es la más joven y numerosa de la actual Lima Metro-

politana. Sus integrantes tienen alrededor de 20 años y, a diferencia de sus padres, se consideran a sí mismos como limeños «completos». Reconocen que el origen de sus familias es provinciano, pero eso es algo que para ellos está en el pasado.

En cuanto a su forma de ser y actuar, se observa un comportamiento moderno, pero no necesariamente igual al de los jóvenes promedio de Lima Central. Ellos han ido creando su propia manera de ver el mundo y su propio sentimiento de pertenencia. Incluso por su número superior no se sienten avasallados por los limeños clásicos, como tal vez sí se sintieron sus padres.

Si bien algunos pocos de ellos adoptan actitudes antisociales, como sucede con las pandillas de ciertas zonas pobres de muchos países del mundo, la mayoría llena las academias y centros de estudio del antiguo centro de Lima y de aquellas instituciones académicas que se están creando ya en Lima Conurbana. Muchos también empiezan a ser mayoría en las universidades limeñas.

En esta tercera generación ya se habría consolidado el proceso de interculturización. A nivel musical, ellos ponen de relieve la música electrónica tecno, que tiene sus bases en la música internacional del momento, pero a la que le dan un cierto aire nacional o tropical, con variantes como la tecnosalsa o la tecnocumbia. En tal sentido, son modernos, pero no necesariamente «americanamente» modernos, pues para ellos el moderno restaurante de pollo a la brasa siempre es preferido al *fast food* de hamburguesa «gringa».

Debido al transcurrir del tiempo, el carácter provinciano de sus orígenes se encuentra lejos de su pasado reciente y en ellos ya no se observa la negación de este antecedente. En tal sentido, ser descendientes de provincianos ya no los marca como antes. Comienza a verse, por ejemplo, una tendencia que creemos continuará el regreso de nombres en castellano castizo (Lorenzo o Eduardo) para sus hijos, en lugar de sus nombres anglófonos. Igualmente se observa que se ponen de moda conjuntos musicales de ciudades del interior del país, como el Grupo Antología o Agua Marina, y cantantes de música folclórica andina, como Dina Páucar o los hermanos

Gaitán Castro. Lo serrano o provinciano, libre del estigma anterior, comienza a ser aceptado sin problemas.

Por el crecimiento demográfico, esta tercera generación de migrantes es la más numerosa en términos absolutos en Lima. Ella es también la más cercana a los limeños clásicos, pues, finalmente, ha vivido toda su vida en la ciudad capital. Así, junto a su música tecno, también aprecia el rock, nacional o importado, ya sea con Los Mojarra del Agustino o con Libido y TK. Esta generación mixta

parece entonces ser el puente entre migrantes y limeños clásicos, lo que sin duda marcará el ritmo de desarrollo de la Lima del futuro.

Limeños clásicos en Lima Central

Características surgidas en la Lima de antaño

Los limeños clásicos son, para este libro, los que habitan los distritos limeños tradicionales como Lima Cercado, Rímac, Magdalena, Pueblo Libre, Jesús María, San Isidro o Miraflores. Si bien muchos de ellos son de ascendencia limeña, también hay bastantes que tienen antepasados provincianos que vinieron a Lima dispuestos a asimilarse a la sociedad tradicional, por lo que fueron relativamente bien aceptados. De alguna manera, son limeños o migrantes que se formaron sobre la base de los rasgos culturales de la Lima de antaño.

Es un grupo conformado por personas de todas las edades que inicialmente se resistieron, cerrando los ojos o de manera abierta, a la invasión de «su Lima». Sin embargo, poco a poco va aceptando, valorando y adaptándose a esa nueva Lima que surge cada vez más independiente de su supuesto pasado señorial.

Primera generación de limeños clásicos

«Del puente a la alameda»

Los que están en edad de jubilación, cuando eran jóvenes, constituyeron mayoría respecto a sus contemporáneos habitantes de Lima. Con urbana y dominaban los ámbitos sociales más representativos de la capital. Esta Lima se plasmaba, entre otras cosas, en clubes de descanso y asociaciones deportivas costeras, con sedes en distritos como Miraflores, Chorrillos, Ancón y La Punta, en el Callao. Cuando el centro de Lima se llenó de migrantes, trasladaron su capital a Miraflores, y luego, al llegarle a este distrito su invasión respectiva de neo limeños, se fueron hacia Surco o La Molina.

En su mayoría eran funcionarios de distinto rango de entidades públicas y privadas. Los hombres estudiaron en instituciones de instrucción superior o de orden castrense, o manejaron negocios familiares, ya sea en la industria o el comercio.

Como ya se señaló, ellos no apreeiaban la presencia de los migrantes, a quienes los asumían como invasores y los contrataban para la realización de labores del hogar. Migrante era para ellos sinónimo de empleada doméstica, jardinero, pintor, etcétera, trabajos que normalmente no serían realizados por los limeños clásicos de ese entonces.

Al igual que sus coetáneos migrantes, se caracterizaron por el mantenimiento de sus tradiciones. Su comportamiento como consumidores estaba muy ligado a las influencias que venían del extranjero, ya sea las de la época presente, o las reflejadas de sus antepasados directos, a veces de infinidad de generaciones anteriores.

Expresiones de este carácter limeño clásico lo fueron la atracción a actividades como el cine, los *night clubs* «sicodélicos», la «fiesta brava» de los toros, las peleas de gallos, los festivales en balnearios con artistas internacionales, la hípica y otros. En todos los casos, estas atracciones evitaban toda relación con las tradiciones del Perú serrano. Para ellos, la expresión musical nacional era el vals, con cultores populares como *El Carreta* Jorge Pérez y Lucha Reyes, o más aristocratizados como Isabel Granda Larco (Chabuca Granda), que representaba muy bien al limeño clásico, a pesar de haber nacido en el departamento serrano de Apurímac.

Así, bajo la influencia de la televisión y la radio, como canales difusores de los talentos artísticos nacionales e internacionales, los limeños clásicos de aquella época disfrutaron de artistas extranjeros como Frank Sinatra, Elvis Presley, los Beatles, y peruanos, con can- tantes y compositores de la nueva ola como Gustavo *Hit* Moreno o Joe Danova, este último padre de Gian Marco, ídolo de los limeños de generaciones más recientes.

Segunda generación de limeños clásicos

«Resistencia pasiva»

Los que en la actualidad están en edad de plena madurez, alrededor de los 40 años, si bien aún crecieron bajo la influencia «limeñísima» de sus padres, lo hicieron también impregnados con los patrones culturales de los migrantes. Ellos ya comenzaron a tener relaciones laborales, estudiantiles o inclusive familiares con algunos de los nuevos migrantes, especialmente con aquellos de la segunda generación.

Tal vez por ello, a diferencia de sus padres, aceptaron y aceptan hoy más al migrante y ya no lo asumen tan lejano a ellos mismos o a su realidad. Inclusive, en algunos casos, llegan a admirar abiertamente su pujanza, actitud para la austeridad, el ahorro y las ganas de salir adelante.

No se dude entonces de la veracidad de la clásica historia contada por algún representante masculino (o femenino) de esta generación respecto a «la empleada doméstica» que contratara su madre y, es más, que lo criara a él (o ella) y que, después de algunos años, apareciera contando orgullosa que ya tenía su casa

propia en El Naranjal (Lima Norte) y que su hijo estudiaba en una universidad donde pronto se graduaría. En muchos casos, incluso los éxitos de los hijos de esos empleados superarían a aquellos de las propias familias de Lima Central.

Al igual que muchos pobladores de Lima Conurbana, sufrieron en la capital y en carne propia la dictadura militar, la crisis económica de los años 80, las colas para comprar el pan, los apagones ocasionados por los terroristas, el particularmente trágico fenómeno de El Niño de 1983, entre otros. No sabemos si esos acontecimientos, sufridos tanto por ellos como por los migrantes, los llevaron a solidarizarse con ellos, o, por el contrario, a echarles en parte la culpa de esa situación, aunque probablemente se hayan más bien creado emociones encontradas al respecto.

Las características del entorno mencionado en el párrafo anterior, en muchos casos, mellaron sus posibilidades de desarrollo y, a diferencia de sus padres, vieron limitadas sus opciones de posición laboral y de participación en una vida social más activa. Es más, algunos, ante la imposibilidad de cubrir los requerimientos sociales a los que se tenían que enfrentar, una vez que constituyeron una familia, prefirieron mudarse a departamentos alquilados o, en todo caso, a los segundos o terceros pisos de las casas de sus padres. Se nota aquí la gran diferencia con el nuevo limeño, pues el limeño clásico prefería esa solución precaria antes que pasar las penurias que implicaba comprar u ocupar (invadir) aquellos espacios urbanos aún no consolidados que se iban generando en Lima Conurbana.

Así, todo lo vivido en su etapa de formación, los habría convertido en ciudadanos -en algunos casos- desconfiados, alejados aún de los nuevos límites de la Lima Conurbana que crece. Muchos de ellos continúan arraigados a su presente urbano de los distritos de Lima Central, pensando en la posibilidad de que «algún día» puedan viajar al exterior y probablemente hallar en otras latitudes aquel pasado limeño «ideal» sobre el cual le contarán padres y abuelos y que, instintivamente, algunos creen que aún encontrarían fuera. Particularmente especiales son en este sentido los chalacos, parte de la Lima clásica según nuestro entender, quienes, más que cualquier otro habitante de Lima Metropolitana, desean emigrar del país.

Muchos limeños clásicos de esta generación se consideran a ellos mismos como representantes de una clase aspiracional para los neo-limeños. Como consumidores, son más cosmopolitas y admiran las marcas y los estilos importados, porque los creen de calidad, creyendo que es así para el resto de la ciudad. Por ese motivo, la publicidad limeña, liderada en gran parte por este grupo, está plaga-

da de referencias étnicas y sociales propias de su visión totalmente occidentalizada del mundo. Casi todos tienen familiares o amigos cercanos que viven en el exterior, y el arte (básicamente musical) que admiran tiene procedencia anglosajona para los limeños, y caribeña, para los chalacos.

Artistas admirados de esta generación son el grupo rockero Soda Stereo, Los Prisioneros y los del hemisferio norte como U2, The Police, Michael Jackson o Queen. Algo más tropicales como el salsero Rubén Blades, el sonero Oscar d'León, el merengero Juan Luis Guerra, el grupo Miami Sound Machine y algunos cultores de la balada como Ricardo Montaner y Luis Miguel son también admirados en este grupo. Se da igualmente un cierto culto a artistas más vigentes como Pedro Suárez-Vértiz, por el lado moderno, y Eva Ayllón, por el del vals criollo.

Tercera generación de limeños clásicos

«Mis patas de Los Olivos»

Los más jóvenes de Lima Central son más similares a sus coetáneos de Lima Conurbana que lo que fueron las generaciones predecesoras frente a sus respectivas homólogas contemporáneas. Tienen aproximadamente 20 años y coexisten con sus conciudadanos de Lima Conurbana bajo una influencia cultural cada vez más común para todos. Ellos, a diferencia de lo que ocurría en las generaciones anteriores, ya van a los mismos colegios o universidades, se divierten en los mismos ambientes y están en un contacto mucho más constante y cercano.

En cuanto a su forma de ser y actuar, es observable un comportamiento cosmopolita, con un mayor conocimiento y curiosidad de «lo que pasa» en Lima Conurbana y de lo que algunos de sus -ahora- amigos les cuentan respecto a los barrios donde ellos viven. Además, no es raro que, con cierta frecuencia, les toque hacer sus trabajos de grupo de la Universidad Católica o la Universidad de Lima en casa de algún compañero en Los Olivos o San Juan de Lurigancho.

Más aún, aparecen zonas «mixtas» de Lima Metropolitana, como los bares y discotecas de la avenida La Marina en San Miguel, donde este limeño clásico se mezcla y conoce más a fondo a su vecino de Lima Conurbana. Así, entre otras influencias, fruto de lo evidenciado a través de los medios de comunicación y de lo que ellos mismos pueden ver en las áreas urbanas de uso común en las que interactúan (discotecas, universidades, centros comerciales, etcétera), van creciendo con el entendimiento tácito de una Lima diferente a la que conocieron sus antepasados. Adicionalmente, las «nuevas zonas» constituyen hoy para ellos motivo de análisis formal para trabajos académicos, por el potencial económico que estas representan.

En esta tercera generación se vive una mixtura entre la nueva «cultura tecno», usual en Lima Conurbana y la influencia extranjera ligada a su generación predecesora, ya sea de los padres o de los hermanos mayores. De este modo, es común encontrar a un joven limeño clásico que comenta haber conocido a tal o cual grupo musical de los 80 porque lo escuchaba «a cada rato por culpa de su hermano».

Para esta generación de jóvenes limeños clásicos, al margen del romanticismo expresado a través de la devoción -sobre todo femenina- por las baladas, se manifiesta un gusto bastante marcado por la música rock de los nuevos grupos nacionales como Libido, TK, y, por supuesto, los grupos extranjeros de moda. Sin embargo, ellos también frecuentan ambientes más «pachangueros» o «caribeños» y, a la hora del baile, prefieren una mezcla heterodoxa de música tropical, salsa cubana, rock nacional o importado y también algo de tecno.

Ellos son, además, los mayores cultores de géneros musicales particulares como los de música electrónica (fiestas *rave*), el reggae y otros de «onda» estadounidense como el hip hop, el punk, el rap y el rhythm & blues.

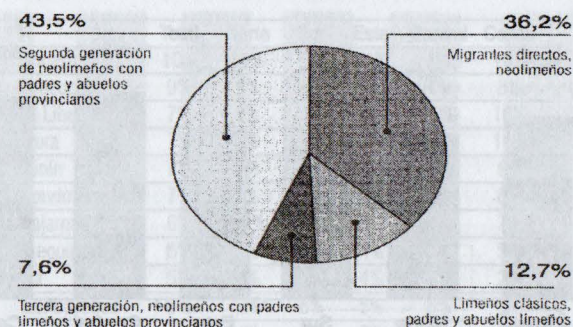
Limeños actuales de una Lima intensamente peruana

Un limeño «de todas las sangres»

El análisis por separado de los habitantes de Lima, de los limeños clásicos y de los neolimeños nos ayuda a comprender mejor y de manera disgregada quiénes son a carta caballos actuales limeños. Sin embargo, lo importante de esta reflexión es el hecho de que, en líneas generales, queda claro que tanto el habitante de Lima Conurbana como el poblador de Lima Central son limeños en toda la extensión de la palabra. Si bien cada uno tiene sus particularidades de acuerdo con sus ancestros y la zona donde vive, como hemos visto y veremos detalladamente más adelante, indiscutiblemente conforman un grupo social bien definido y cuyos lazos de unión son, hoy por hoy, más fuertes que sus motivos de desunión.

Ahora, entendido el referido carácter de homogenización del actual limeño y al margen de la condición urbana compartida por todos, es notorio también el hecho de que la Lima actual tiene mucho más de provinciana de lo que se creyera o, en todo caso, de lo que se hubiera podido percibir, al menos, conscientemente, en los tiempos recientes. Así, se pueden denotar los siguientes referentes de dicha realidad:

Cuadro 8
Lima, ¿ciudad de limeños?



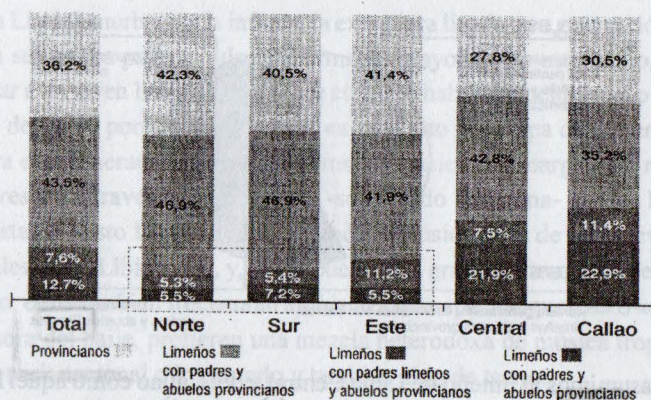
- Si asumimos al limeño de Lima Central y del Callao como aquel habitante cuyos antepasados directos (padres y abuelos) han nacido en Lima Metropolitana, se puede afirmar que este grupo solo constituye el 12,7 por ciento de los habitantes de la ciudad capital. El resto, es decir, un abrumador 87,3 por ciento, está conformado por quienes entendemos como pobladores de Lima Conurbana.
- De ahí que no sea coincidencia que cuando analizamos Lima Metropolitana, zona por zona, podemos apreciar que aquel «pasado provinciano», si bien es mucho más notorio en Lima Conurbana (Lima Norte, Lima Sur y Lima Este), en Lima Central es también mayoritario.
- Así, en Lima Norte, Lima Este y Lima Sur, prácticamente, no hay limeños de ascendencia limeña. Y, es más, en Lima Central, donde se supondría que la cantidad de limeños con antepasados limeños debería ser la predominante, encontramos que solo el 28 por ciento lo es de tres generaciones, mientras que el 78,1 por ciento tiene al menos un antepasado provinciano reciente. En suma, solo uno de cada cuatro limeños de Lima Central puede decir ser «mazamorrero», al menos de mazamorra morada.

Como se dijo en la introducción, aquí se muestra que, como lo dijera Valdelomar, Lima, desde el punto de vista del origen de su población, representa realmente el Perú de todos los peruanos.

El limeño actual, cada zona y sus orígenes particulares

Si bien en Lima se está dando un mestizaje de todas las regiones del país, la

Cuadro 9
Limeños del «Perú profundo»



fusión no se ha dado aún completamente. El limeño actual tiene un camino único marcado por sus procesos de transformación, pero mantiene todavía diferencias definidas por sus actuales contextos y por el lugar particular del cual procede.

De este modo, el limeño actual es limeño clásico y neolimeño a la vez, mirando al futuro pero enraizado en sus remembranzas de antaño, y ligado consciente o inconscientemente a su pasado provinciano.

En tal sentido, sobre la base de la investigación realizada en Lima y «rompiendo» la estructura generacional planteada previamente, se tienen los siguientes referentes generales sobre las características de sus habitantes, zona por zona:

- Entre los de Lima Central y el Callao, como se observa en el cuadro 10, muchos son descendientes de provincianos, pero tienen una fuerte influencia en el carácter criollo de su formación y de los distritos en los que habitan. La conformación de su entorno es fruto de las mixturas, pero con un aire de la Lima de antaño que poco a poco se va consumiendo y adaptando, a su vez, a la influencia de Lima Conurbana.
- Los que residen en Lima Norte (Lima Conurbana) provienen primordialmente del norte del país, especialmente de los departamentos de Ayacucho, La Libertad, Áncash y Cajamarca. Son los más «antiguos» y más consolidados de Lima Conurbana.
- Los que residen en Lima Sur (Lima Conurbana) en su mayoría tienen sus orígenes en la sierra sur del territorio peruano; destacan los departamentos de Ayacucho y Apurímac.
- El poblador más representativo de Lima Este proviene en su mayoría de la sierra central. Sin embargo, en este caso, también se observan grupos de habitantes originarios del norte y del sur del país.

Cuadro 10
Procedencia de los habitantes de Lima

	Total	Norte	Sur	Este	Central	Callao
Áncash	10%	14%	5%	11%	8%	16%
Ayacucho	9%	9%	15%	9%	7%	8%
La Libertad	7%	8%	4%	3%	10%	16%
Piura	7%	7%	8%	2%	10%	11%
Junín	7%	5%	3%	10%	9%	6%
Apurímac	7%	5%	10%	9%	4%	8%
Cajamarca	6%	10%	6%	5%	4%	7%
Arequipa	6%	5%	7%	4%	7%	5%
Ica	5%	6%	4%	4%	8%	2%
Lambayeque	5%	2%	6%	5%	8%	7%
Huánuco	4%	4%	7%	6%	2%	0%
Cusco	4%	3%	5%	5%	5%	1%
Puno	3%	2%	6%	2%	2%	2%
Huancavelica	3%	2%	6%	2%	2%	2%
Pasco	2%	1%	1%	5%	1%	0%
Cañete	2%	2%	1%	3%	2%	2%
San Martín	1%	3%	1%	1%	1%	0%
Loreto	1%	1%	1%	1%	2%	2%
Huarochoiri	1%	1%	2%	3%	0%	0%
Barranca	1%	1%	1%	0%	3%	1%

Como entenderá el lector, en el caso de los pobladores de Lima Conurbana, la relación entre lugar de procedencia y ubicación actual no es fortuita. Básicamente, lo que los primeros migrantes buscaron fue establecerse en la zona de la capital «más cercana» a su lugar de origen. Ello muy probablemente debido a la facilidad de mantener un contacto fluido y constante con su lugar de procedencia.

De este modo, al establecerse en la zona norte de Lima, por ejemplo, el migrante proveniente del norte del país podía acceder con mayor facilidad a los medios de transporte que lo llevaban o traían de su lugar natal. Lo mismo hicieron los del sur y los del este. Así, se vio potenciada su capacidad para agruparse con personas afines a su Ciudad de los Reyes, de los Chaváz, de los Quispe ... cultura, familiares, amigos, etcétera, en un proceso migratorio que, como vimos en el capítulo 1, duraría décadas.

Desde el punto de vista del perfil del poblador limeño, la situación expresada en párrafos anteriores sin duda ha tenido (y sigue teniendo) una importante influencia en la forma de sentir, pensar y actuar de los habitantes de cada zona de la capital. Si el ayacuchano o el apurimense (sierra sur) son muy distintos al ancashino o al cajamarquino (sierra norte), es lógico prever que el poblador de Lima Sur y el poblador de Lima Norte, respectivamente, también sean diferentes. Del mismo

modo, el poblador del Callao tiene sus diferencias comparativas respecto al habitante de Lima Central.

Por todo lo anterior, es posible llegar a la conclusión de que cada zona de Lima tiene su propia «personalidad», magnitud y potencial. El análisis diferenciado, zona por zona geográfica, que veremos en el capítulo III, ha de facilitar la evaluación de las características independientes de cada una de «las Limas» y así permitimos descifrar, con mayor exactitud, cada realidad.

Antes de pasar al siguiente capítulo, es importante conocer una manera diferente de analizar a la población, desarrollada por Arellano Marketing, los Estilos de Vida, que nos ayudará a entender mejor la conformación social y económica de la Lima actual.

Los Estilos de Vida

Clasificación inicial de los Estilos de Vida (primera versión, Estilos de Vida 1)

En la primera edición de *Ciudad de los Reyes, de los Chávez, de los Quiste...* se usó la clasificación de Estilos de Vida de los peruanos hecha en 1996³⁸. Allí mostramos que los limeños se podían dividir en nueve grandes Estilos de Vida. Estos eran:

Cuadro 11
Los Estilos de Vida en Lima (1996-2004)

Las Conservadoras	19,5%
Los Tradicionales	4%
Los Progresistas	30%
Los Sobrevivientes	10,5%
Las Trabajadoras	9,7%
Los Adaptados	9,9%
Los Afortunados	11,3%
Los Emprendedores	2,4%
Los Sensoriales	2,7%

38 Arellano, Rolando (2000). *Los Estilos de Vida en el Perú. Cómo somos y pensamos los peruanos del siglo XXI*. Lima: CYM.

Aunque estos Estilos de Vida siguen vigentes en su estructura general, luego de varios años fue necesario replantear su estructura y vigencia específica. Los inmensos cambios sociales ocurridos en los diez años siguientes, hicieron que en 2006 se realizara una nueva segmentación que estuviese más acorde con los tiempos actuales. Esta segmentación no solamente fue actualizada según la realidad de la sociedad peruana, sino también adaptada a las características de investigadores y empresarios que buscaban una herramienta más práctica y rápida de usar. Así, la segmentación de Estilos de Vida de los peruanos en su segunda versión comprende seis Estilos de Vida.

La clasificación simplificada de los Estilos de Vida (segunda versión, Estilos de Vida II)

La segmentación de los Estilos de Vida II de los peruanos, basada en variables fácilmente detectables y, por lo tanto, con mucho mayor facilidad de uso y comprensión, encontró la existencia de seis Estilos de Vida. Estos son muy cercanos a los estilos anteriores y, en algunos casos, integran parte de algunos de los estilos anteriores en un tamaño muy reducido³⁹.

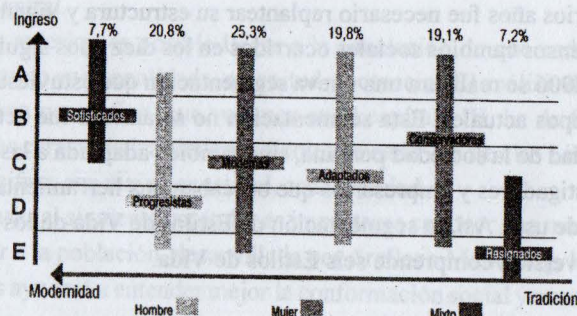
Como se muestra en el gráfico siguiente, los seis Estilos de Vida de los limeños en 2009 son los siguientes:

- Los Sofisticados (7,7%)
- Los Progresistas (20,8%)
- Las Modernas (25,3%)
- Los Adaptados (19,8%)
- Las Conservadoras (19,1%)
- Los Resignados (7,2%)

- **Los Sofisticados.** Segmento de género mixto (hombres y mujeres), con más ingresos que el promedio. Son muy modernos, educados, liberales, cosmopolitas y valoran mucho la imagen personal. Siguen la moda, son innovadores en el consumo y cazadores de tendencias. Les importa mucho su estatus y valoran el servicio y la calidad. La mayoría son más jóvenes que el promedio de la población.
- **Los Progresistas.** Hombres que buscan permanentemente el progreso personal y familiar. Aunque están en todos los niveles socioeconómicos,

39 Arellano, Rolando (2010). *Al medio hay sitio. El crecimiento social según los Estilos de Vida*. Lima: Planeta.

Cuadro 12
Conformación de los Estilos de Vida en Lima



son en su mayoría obreros y empresarios (formales e informales). Los mueve el deseo de revertir su situación y avanzar, y están siempre detrás de las oportunidades. Son extremadamente prácticos y modernos, tienden a estudiar carreras cortas para salir a «producir» lo antes posible.

- **Las Modernas.** Mujeres que trabajan y/o estudian, cuyo principal centro de atención no es el hogar. Buscan su realización personal como mujer y como mamá. Se maquillan, se mantienen siempre arregladas y buscan reconocimiento de la sociedad. Son modernas, reniegan del machismo y les encanta salir de compras, donde gustan de comprar productos de marca y que les faciliten las tareas del hogar. Están en todos los niveles socioeconómicos.
- **Los Adaptados.** Hombres trabajadores y orientados a la familia, que valoran mucho su estatus social. No son conformistas, pero generalmente buscan el mantenimiento del statu quo o la mejora de la sociedad dentro de sus cánones tradicionales. Aceptan con dificultad los cambios drásticos. Les gusta estar informados y esperan el reconocimiento de sus pares. Llegan siempre «un poco tarde» en la adopción de las modas, pues no se arriesgan a ser los primeros en usarlas. Trabajan usualmente como oficinistas, empleados medios, profesores, obreros o en actividades independientes de mediano nivel.
- **Las Conservadoras.** Segmento conformado íntegramente por mujeres, de tendencia bastante religiosa y tradicional. Típicas «mamá gallina», siempre persiguen el bienestar de los hijos y la familia, y son responsables de casi todos los gastos relacionados con el hogar. Se visten con prendas para «cubrirse» y solo utilizan maquillaje ocasionalmente. Gustan de las telenovelas y su pasatiempo preferido es jugar con sus hijos. Están en

todos los niveles socioeconómicos.

- **Los Resignados.** Segmento mixto con bajos recursos económicos y resignados a su suerte. Generalmente personas de mayor edad, que prefieren la vida simple y sin complicaciones. Más aún, si fuese posible, vivirían en el campo. Son reacias a los cambios, no les gusta tomar riesgos, y no les agrada probar nuevas cosas. Muchos son inmigrantes y allí está el porcentaje más alto de personas de origen indígena.

Historias de limeños (2)

María, Callao

Una chalaca muy contenta y orgullosa de su zona -quien, como ella misma afirma, «ha mejorado»- es María, de 53 años (pero parece de una década menos). Vive feliz con su esposo Rodolfo (50), también cha-laco, y manifiesta sentirse una mujer suertuda y con mucha energía.

De esta forma, con notoria naturalidad, narra María su venida al mundo en el puerto: «Nací en el Callao, en la avenida Ayacucho... , con una partera, igual que mis padres, en casa... Así eran antes las cosas, pues. Daban a luz y la abuela preparaba un buen caldo de gallina después del parto».

En su casa han crecido así, unidos. «Todos nos ayudamos», dice. «Mis padres, gracias a Dios, todavía viven. Mi padre tiene 93 años y muy buena memoria... Hasta ahora come su pescado chancadito». Longevidad que también comparte su mamá, quien con 82 años parecería de 70, y, eso sí, siempre muy arreglada, «bien monona». Cabe enfatizar que esa coquetería es también notoria en María. «Como toda chalaca», comenta.

Esas características reflejan una manera de ver la vida muy familiar, que se proyectó en el momento de elegir dónde vivir. «El ambiente del Callao nos hace sentirnos más en familia. Lima [Central] es muy lejos». Es más, cuando habla de sus demás familiares, refiere: «Todos mis her-manos vivimos cerca de mis papás. Pasa cualquier cosa y ahí estamos».

A su vez, más de tres décadas de matrimonio le han brindado la posibilidad de tener tres hijas, una de 30 años, la segunda de 28 Y la tercera de 26. Cada una, según nos cuenta, tiene características especiales y distintivas. «Eso sí, mis hijas, son muy unidas, criadas por igual, saben compartir, son independientes, saben hacer sus cosas... Cada una ha buscado su trabajo. Han salido así adelante», manifiesta, dejando apreciar una sosegada confianza. Sin embargo, aquella independencia con la que fueron formadas también les ha acarreado

una perspectiva diferente respecto al lugar en el que piensan seguir creciendo.

Efectivamente, las dos últimas hijas de María ya tienen una vida hecha en Lima: la última casada con un huanuqueño y la segunda vi-viendo en su propio departamento en un distrito de Lima Central. Por su parte, la mayor desea viajar a Europa: «Se quiere ir a España, y de ahí llevamos a nosotros a conocer. Yo del Callao solo salgo de paseo», afirma María, quien pareciera que lleva aquel «chimpum, Callao» insertado en el alma. 1

Las características «caseras» expresadas en el párrafo anterior harían pensar que se trata de una persona más bien alejada de todo aquello que la pudiera separar de su entorno directo familiar. Sin embargo, si bien es cierto que valora mucho a su familia, María es independiente y muy activa: «Estudié toda mi primaria y secundaria en el Callao, en el Guadalupe y en el General Prado [colegios del Callao]. ... Luego, hice mi media en el instituto de las Toledo Comercial durante tres años, específicamente en la carrera de Contabilidad y Secretariado». Habiendo trabajado en diversas compañías, una de ellas extranjera, que ya no está más en el Perú, María puede ser considerada una Trabajadora desde la perspectiva de los Estilos de Vida.

«Trabajaré mientras tenga fuerzas», manifiesta con especial resolución. «Hace diecisiete años me dedico solo a hacer encuestas... Conozco a mucha gente distinta. Casi me he caminado toda Lima... Creo que trabajar es seguir viviendo».

Además, María reconoce diversos instantes de su vida: «Yo he vivido muchas etapas del Callao. Me acuerdo de una época en la que todo era pura basura y [con mis ocho hermanos] le decíamos a mi papá que ya no se podía vivir así... Por eso, mis papás nos llevaban a pasear a la plaza San Martín, donde se podía jugar. ... Era bonito. Nos llevaban a Lima en el tranvía... Cuando fui creciendo se malogró todo... Ahora no sé cómo estará».

Efectivamente, su labor le ha permitido interactuar mucho con el entorno, pues ha vivido «palmo a palmo» la evolución del Callao hasta la actualidad. Al respecto, manifiesta: «Ahora se puede caminar más seguro. Siento que ha cambiado... yo me quedo en mi Callao». En cuanto al carácter social y económico de su zona, su opinión también es determinante: «La gente es más unida, más criolla. En otras zonas el vecino no se habla con la vecina. Son más indiferentes... Además, no pagamos tantos impuestos como en otras zonas, donde sí cobran hasta el aire».

María vive cerca de un supermercado que abrió sus puertas hace algunos años: «Me gusta Plaza Vea porque estoy cerca, más segura, está todo al alcan-

ce. Antes Santa Isabel me quedaba lejos y era muy solitario.

Por eso, no lo frecuentaba mucho». En cuanto a la forma tradicional de «hacer la plaza», su opinión también es categórica: «El mercado quedó atrás. Antes era horrible. De nueve a doce del día se chocaba uno con otro. Para fiestas no se podía ni comprar. ... Parecía procesión».

Sobre la diversión familiar, lo cercano y seguro siguen constituyendo, para ella, las variables críticas que definen sus elecciones: «Voy a Saga de Plaza San Miguel. Está más cerca. Me gusta porque se puede caminar, pasear, hay de todo. Voy con mis hijas, nietas... Sin tener mucha plata uno se divierte. Tiene bastante vigilancia».

Sin embargo, cuando se trata de los suyos, aquel carácter independiente no solo se da en los más jóvenes, y eso María lo respeta mucho: «Mi mamá es fanática de Minka. Hay de todo y más económico. Me dice que los vendedores son más amables y que el pollo es más fresquito que en el supermercado. La verdad es que a veces le dan su yapita, como que la enamoran, le dan el perejil, el culantro, la hierbabuena, el orégano».

Historias de limeños (3)

Herbert, Lima Este

Tiene 21 años, una hija y, aunque vive separado de su pareja, confía en mejorar si persiste y aprende de los errores cometidos. Es un Emprendedor visto desde la perspectiva de los Estilos de Vida, y trabaja como mecánico y mototaxista. Vive en Santa Anita, en casa propia, con su papá (quien vino de Andahuaylas a los 15 años) y sus dos hermanos. Su mamá, que llegó desde el Cusco cuando tenía diez años, vive en Puente Piedra y tiene otro compromiso.

Herbert es aparentemente tímido, una de esas personas que sabe lo que cuesta ganarse la vida. Empezó vendiendo caramelos y limpiando carros en su misma zona, como muy bien afirma: «Poco a poco».

Cuando se le cuestiona respecto a la actividad que realiza, orgulloso responde: «Soy independiente... Hago de todo un poco, trabajo con mi padre, hago mecánica. Cuando no hay chamba con mi papá, manejo una mototaxi... Trabajo desde chibolo. Empecé a los 14 años».

Herbert se considera a sí mismo como un empírico. Todo lo que ha aprendido de sistemas de refrigeración en mecánica lo sabe por su papá, quien estudió en el Senati y otros institutos. «Todavía me falta mucho», afirma.

Acabó hace seis años el colegio y aún no ha podido hacer estudios superio-

res, aunque de hecho los quisiera realizar: «No se ha podido. Tengo un hermano que está en la universidad y para mí ya no alcanzó».

Como todo Emprendedor, Herbert sabe que «al que madruga Dios lo ayuda» y sale a trabajar todas las mañanas a las seis y media. «Luego regreso, tomo desayuno, descamo y salgo desde las doce y media hasta las tres de la tarde. Regreso a comer a esa hora. Descamo un rato y salgo de nuevo, hasta la noche, hasta las diez, y hay veces que hasta la una de la madrugada».

Su experiencia laboral de siete años, a pesar de su corta edad, le ha traído muchas peripecias. Conoce el significado del fracaso.

«Tuve un problema. Cuando de chibolo trabajaba, juntaba plata y me saqué una moto a letras. Me iba bien. Sacaba cincuenta soles diarios. El problema fue que acá la zona es movida. Yo soy conocido y tengo bastantes amigos. Estaba trabajando bien y me comencé a juntar Rolando Arellano y David Burgos con la gente de acá. Mis amigos me llevaban de aquí para allá, y como tenía mi radio ahí en la moto, tomábamos. Yo nunca gastaba, no ponía ni un sol ponía la moto, la música. Ellos ponían el trago. Perdía mi tiempo... Un día fuimos a la fiesta de un amigo y dejé mi moto afuera. Entonces, hubo una bronca y, cuando acabó la fiesta, mi moto estaba destrozada... Encima, debía letras a la tienda. Me dije a mí mismo: «Yá fracasé». Tenía como un año de deuda y no podía pagar. Mi papá me ayudó, tuvo que pagar. Así que ahora no tengo problema en ayudar a mi papá y a mis hermanos. Ahora esa moto está a otro nombre y quizá pase a mi nombre cuando termine de pagarle a mi papá».

A pesar de lo narrado, Herbert tiene una capacidad de recuperación notable, pues logró recuperar «más o menos» la estropeada moto-taxi y actualmente gana entre quinientos y setecientos nuevos soles al mes. A pesar de las desventuras vividas, se autodefine en un proceso de recuperación económica. Yá empezó a ahorrar, pero bajo el colchón: «Antes tuve una mala experiencia en el banco. Hace dos años puse mi plata. Yo pensaba que mi plata iba a crecer y nada, al contrario, bajaba y bajaba... Cuando la fui a sacar, había menos, así que mejor saqué todo».

Herbert tiene una capacidad de ahorro de entre quinientos y seis-cientos dólares al año y sabe, por propia experiencia, que en no mucho tiempo recuperará su mototaxi al 100 por ciento. «Tengo amigos que ganan cien nuevos soles y en una fiesta se gastan los cien. Yo sí ahorro. Me gustaría tener un carro, para salir a pasear. Siempre me ha gustado ahorrar. Me dicen duro... Como tengo a mi mamá separada ya veces está mal entonces la ayudo. Lo mismo con mi hijo... Es mi responsabilidad».

Si bien Herbert trabaja incluso los fines de semana y es muy ahorrativo, aún es joven y su condición de persona separada no le impide ir a divertirse: «Voy a la discoteca Holiday. Es grande, chévere».

A él le gusta su zona: «Me siento más seguro. Para mí, el ambiente está bien, salgo y paseo tranquilo. Vine acá a los cinco meses de nacido. En otro lado no conozco a la gente y puede ser peligroso. Una vez salí con unos amigos y nos abollaron por el centro de Lima».

Herbert se siente orgulloso de vivir en Santa Anita y recuerda con nostalgia cómo era antes y el desarrollo que ha logrado. Su padre fue uno de los pioneros y él admira eso: «Siempre me gustaría estar cerca de mi papá, es decir, por acá...».

En la casa de Herbert todos son hombres, de ahí que las labores hogareñas se las reparten entre ellos mismos. Normalmente, él y sus hermanos se hacen cargo de las compras, «en el mercado Andahuaylas o Productores».

Su trajinar como mototaxista le ha permitido conocer varias zonas de Lima. Sus intereses y gustos se han ido refinando a medida que ha ido viviendo los cambios en Santa Anita: «Me gustaría que los mercados fueran más ordenados. No se puede andar bien... He visto algunos supermercados, donde aún no he comprado, que están más ordenados».

Al respecto, surge la incógnita de por qué Herbert aún no compra en lugares como los supermercados, si los conoce y los califica como mejores. Su respuesta fue categórica: «Me siento incómodo... Me palteo. Será por la gente que va a comprar ahí... Hay gente que por su forma de hablar, de caminar, son como creídos... Té miran de pies a cabeza... La vez pasada fueron mi hermano con un amigo a un supermercado, para ver qué hay. Estaban saliendo y a mi hermano, que andaba de lo más normal lo empezaron a rebuscar. Yó le dije después: «Le hubieras hecho el pare al que te ha rebuscado»: Le pregunté si solo fue a él y me dijo que sí, que a los otros no. El pata se había ido con unas zapatillas viejas, pantalón blanqueado y por eso lo rebuscaron».

Efectivamente, Herbert exige respeto, desea una Lima «que cambie, en la que no haya muchos robos, que haya más seguridad.. Quisiera verme con mi familia, normal trabajando. Quisiera que mi hijo se dedique a algo, que sea profesional, algo en la vida...».

Capítulo III

Lima actual

Por todo lo visto en los capítulos anteriores, se entiende la necesidad de comprender a Lima Metropolitana en su totalidad y en sus particularidades, de una manera diferente a la hasta hoy acostumbrada. Por un lado, los llamados conos (Lima Conurbana), debido a su magnitud actual, ya no pueden ser entendidos como áreas marginales, sino más bien como zonas de desarrollo, integradas social, cultural y económicamente. Por el otro, Lima Central y el Callao deben ser vistos como centros culturales que evolucionan influenciados, cada vez más, por Lima Conurbana, joven y pujante.

Más aún, colocándonos en la posición de ciudadanos de Lima Metropolitana: empresarios, estudiantes, empleados o cualquiera sea nuestro rol en la sociedad, no solo debemos conocer la realidad de la capital del Perú y de las similitudes y diferencias de quienes la habitan, sino que a su vez debemos identificar en ella las grandes oportunidades que ofrecen. Estas oportunidades se dan en el aspecto laboral, en nuestra función de consumidores o en una eventual oportunidad de negocio. De ahí la importancia -para los empresarios, por ejemplo- de comprender a fondo a este diverso público limeño, para que, gracias a ese conocimiento, se puedan crear o adaptar bienes o servicios a cada una de sus necesidades y expectativas.

La tarea de comprensión de la actual Lima es de por sí difícil, y lo es mucho más cuando se observa que cada zona limeña tiene características específicas y diferenciadas, que exigen un análisis y un tratamiento coherente con esta situación.

En esta tarea, un enfoque de análisis que puede ser más útil que el tradicional de los niveles socioeconómicos es el de los Estilos de Vida, descrito en el capítulo anterior. De hecho, a nuestro entender, es justamente el haber estado acostumbrados a ver a Lima solo «económicamente» lo que en gran medida ha mantenido a muchos

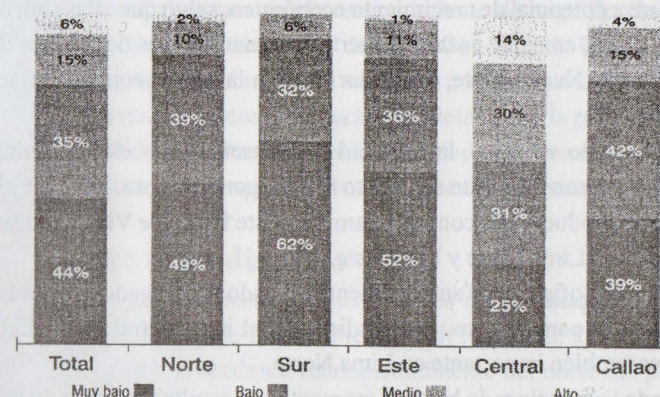
con esta especie de ceguera respecto al enorme mercado que se iba desarrollando en los alrededores de la ciudad.

Según la perspectiva de análisis de los niveles socioeconómicos, Lima Conurbana es mayoritariamente C, D Y E. Es decir, Lima Conurbana es simplemente

te «pobre» y, por lo tanto, no merecería atención comercial o empresarial. Aunque ahora este razonamiento parezca exagerado, no es posible negar que ha sido el que se ha tomado como base para muchas decisiones empresariales y no empresariales.

Cuadro 13

Lima desde la perspectiva socioeconómica tradicional



En cambio, según la clasificación por Estilos de Vida, al margen de haber muchos pobres, vemos que en todas las zonas de Lima están presentes todos los Estilos de Vida, tanto los proactivos y modernos, como los Conservadores y más Tradicionales.

Cuadro 14

Lima desde una perspectiva de los Estilos de Vida

	Total	Norte	Sur	Este	Central	Callao
Sofisticados	8%	8%	0%	3%	18%	6%
Progresistas	20%	19%	25%	22%	19%	12%
Adaptados	21%	25%	21%	19%	18%	30%
Resignados	6%	4%	8%	13%	1%	7%
Modernas	24%	24%	30%	23%	25%	17%
Conservadoras	20%	21%	16%	20%	18%	29%

Como se observó con anterioridad, el Progresista es uno de los segmentos con mayor potencial de crecimiento, no solo en volumen, sino también en capacidad económica. Esto lo hace más atractivo desde el punto de vista empresarial. Por ello, cabe señalar que su mayor proporción se concentra en Lima Sur, a pesar de ser la zona más pobre de Lima.

Las mujeres modernas conforman un segmento similar al Progresista en lo que se refiere a potencial de crecimiento económico, salvo que ellas son, además, en muchos casos, amas de casa con fuerte influencia en las decisiones de compras en el hogar. Nuevamente, Lima Sur alberga la mayor concentración de las mismas.

Aunque, como veremos, la cantidad de Conservadoras está disminuyendo poco a poco, aún constituye un segmento muy importante para, por ejemplo, todo el mercado de productos de consumo familiar. Este Estilo de Vida tiene su mayor concentración en Lima Norte y Lima Este.

En 1996, el Sofisticado (anteriormente llamado Afortunado) era un Estilo de Vida «exclusivo» para las zonas más pudientes de Lima Central. Años después, su presencia es también importante en Lima Norte.

Con todo lo mencionado hasta el momento, no resulta inapropiado llegar a la conclusión de que lo que solíamos conocer como «zonas marginales o conos» ya no son una realidad en su individualidad, sino que constituyen una pequeña proporción de lo que actualmente es la ciudad capital.

Tomando como base esta clasificación por Estilos de Vida, el presente capítulo presenta distintas facetas del nuevo limeño y de la forma en que piensa, actúa y se desarrolla en la capital.

Los antiguos conos y sus nuevas denominaciones

Como se dijo en la introducción del libro, debido a la importancia de Lima Conurbana dentro de la Lima Metropolitana actual, la denominación de «conos» resulta insuficiente.

Si ellos representan el 62 por ciento de la ciudad capital, dejando a Lima Central con solo un 28 por ciento y al Callao con un 10 por ciento, la denominación de Lima y conos suena a que la verdadera ciudad es la Lima de antaño y las nuevas zonas son una especie de accidente pasajero. No es el caso. En junio de 2003 Lima Metropolitana mostraba una población de 7.912.274 habitantes, de los cuales casi cinco millones habitaban en los llamados «conos» de la ciudad (o

Lima Conurbana) 40.

Por ello, con la finalidad de establecer un orden que permita organizar de manera más definida y real cada área de Lima Metro-politana, se la ha dividido en cinco zonas: Lima Central, Callao (Provincia Constitucional del Callao), Lima Norte, Lima Sur y Lima Este.

Resumiendo gráficamente el crecimiento de las cinco zonas, se puede ver que Lima Central y el Callao han tenido un crecimiento demográfico bastante menor que el de cada una de las tres zonas de Lima Conurbana. Puede ocurrir, en un plazo no muy lejano, que Lima Norte supere en población a Lima Central.

La división realizada, como se verá más adelante, en la práctica es muy reveladora de la realidad limeña, pues cada zona tiene características particulares y rasgos representativos que aportan al nuevo mestizaje limeño, tema de este libro.

Lima Norte: ocho distritos

Esta zona estaría formada por los distritos de Ancón, Carabaylo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres y Santa Rosa. Tiene una población procedente fundamentalmente del norte del país, especialmente de Áncash, Cajamarca, La Libertad y Piura, en muchos casos a causa de la ola migracionista generada por la reforma agraria de la década de 1970.

Si bien la primera invasión que daría origen al crecimiento de la ciudad ocurrió en la zona sur (la Tablada de Lurín), Lima Norte fue la primera de las tres «Limas» Conurbanas en formarse y, por ende, en desarrollarse económica y socialmente.

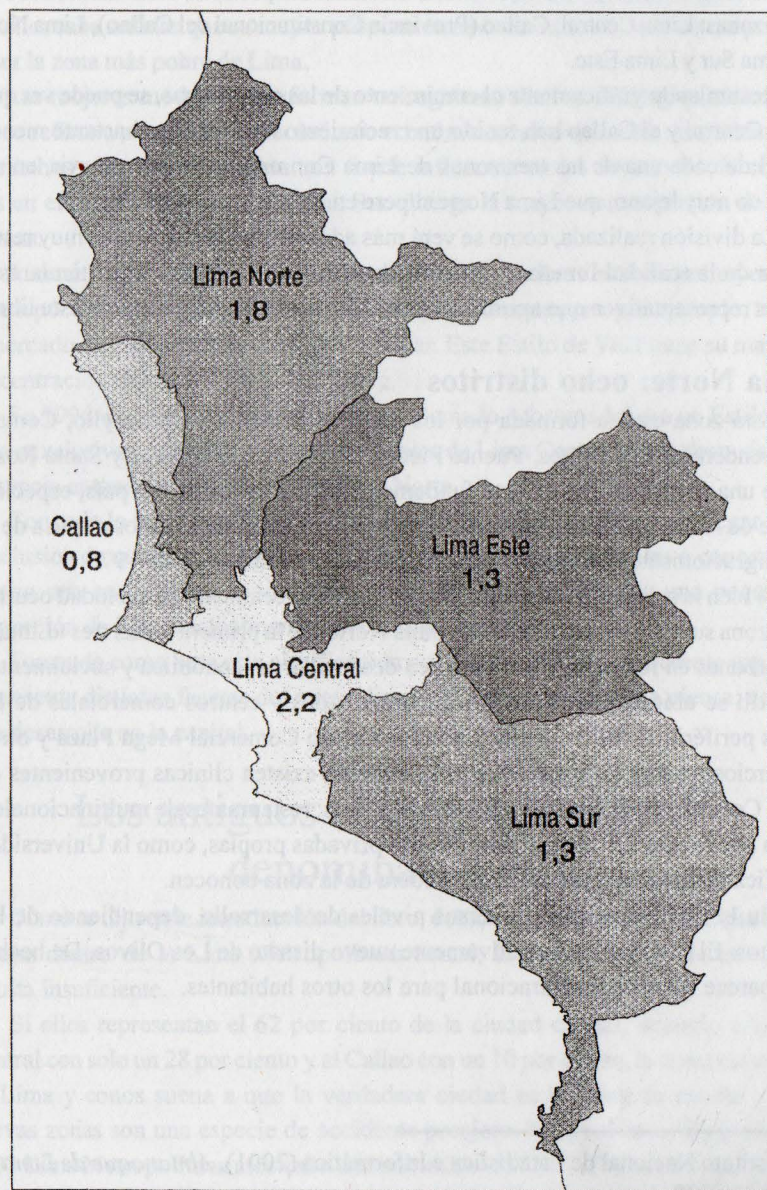
Allí se ubicaron los primeros supermercados y centros comerciales de las zonas periféricas: Metro, Santa Isabel, el Centro Comercial Mega Plaza y otros comercios y servicios modernos. Hoy también existen clínicas provenientes de Lima Central, como San Pablo o Ricardo Palma; restaurantes de multinacionales, como McDonald's; y hasta universidades privadas propias, como la Universidad Católica Sede Sapientiae, que pocos fuera de la zona conocen.

En Lima Norte existen diversos niveles de desarrollo, dependiendo de los distritos. El más rico es el relativamente nuevo distrito de Los Olivos. De hecho, esta parece ser el área aspiracional para los otros habitantes.

40 Instituto Nacional de Estadística e Informática (2001). *Almanaque de Lima y Callao*, p. 139.

Ilustración 1

Lima Metropolitana (millones de habitantes)



Cuadro 15

Lima Conurbana versus Lima Central versus Callao

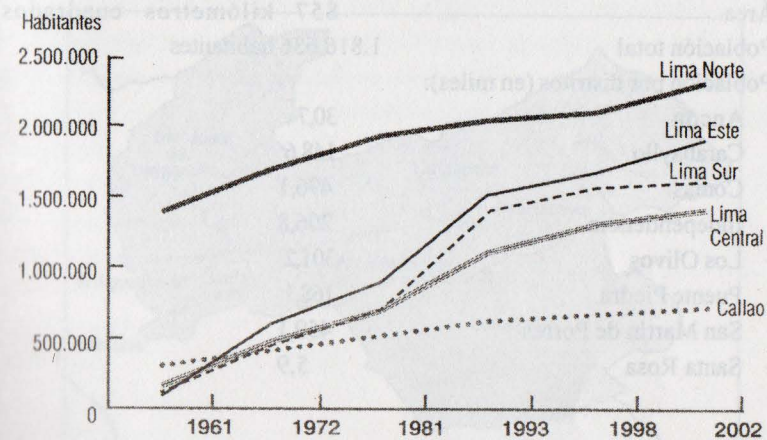
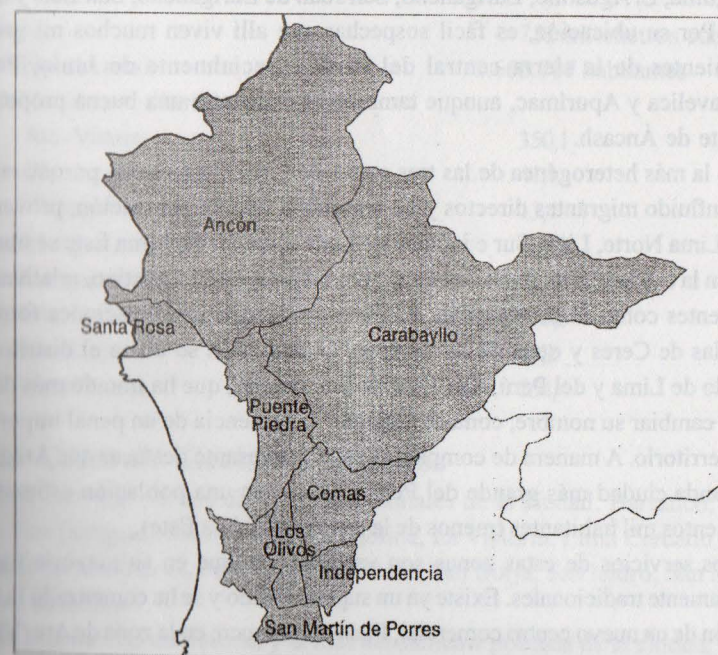


Ilustración 2
Mapa de Lima Norte



Perfil demográfico de Lima Norte (según el INEI)

Área	857 kilómetros cuadrados
Población total	1.816.636 habitantes
Población por distritos (en miles):	
• Ancón	30,7
• Carabaylo	148,6
• Comas	496,1
• Independencia	206,8
• Los Olivos	301,2
• Puente Piedra	168,1
• San Martín de Porres	459,1
• Santa Rosa	5,9

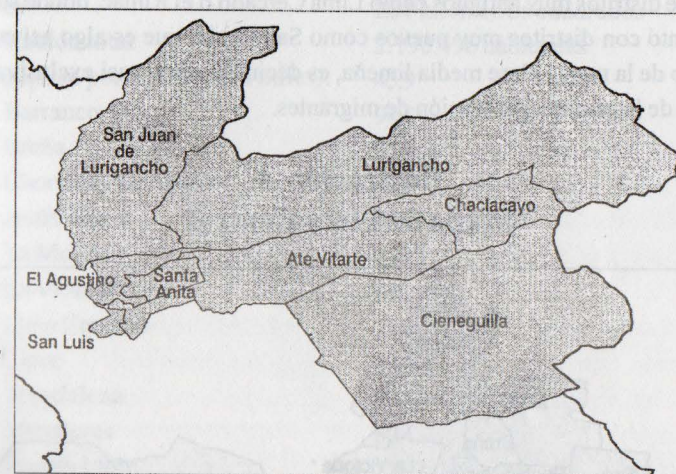
Lima Este: ocho distritos

Lima Este se conforma por los distritos de Ate-Vitarte, Chaclacayo, Cieneguilla, El Agustino, Lurigancho, San Juan de Lurigancho, San Luis y Santa Anita. Por su ubicación, es fácil sospechar que allí viven muchos migrantes provenientes de la sierra central del Perú, especialmente de Junín, Paseo, Huancavelica y Apurímac, aunque también se encuentra una buena proporción de gente de Áncash.

Es la más heterogénea de las tres zonas de Lima Conurbana, porque en ella han confluído migrantes directos y de segunda o tercera generación, provenientes de Lima Norte, Lima Sur e incluso de Lima Central. En Lima Este se observa también la existencia de invasiones antiguas como la de El Agustino, relativamente recientes como la de Huaycán, conjuntamente con urbanizaciones formales como las de Ceres y otras de la carretera Central. Allí se ubica el distrito más poblado de Lima y del Perú, San Juan de Lurigancho, que ha tratado más de una vez de cambiar su nombre, contaminado por la presencia de un penal importante en su territorio. A manera de comparación, es interesante destacar que Arequipa, la segunda ciudad más grande del Perú, cuenta con una población estimada de ochocientos mil habitantes (menos de la mitad que Lima Este).

Los servicios de estas zonas son variados, aunque en su mayoría todavía relativamente tradicionales. Existe ya un supermercado y se ha comenzado la construcción de un nuevo centro comercial, Plaza Puruchuco, en la zona de Ate-Vitarte.

Ilustración 3 Mapa de Lima Este



Perfil demográfico de Lima Este (según el INEI)

Área:	752 kilómetros cuadrados
Población total:	1.665.787 habitantes
Población por distritos (en miles):	
• Ate-Vitarte	350,1
• Chaclacayo	41,1
• Cieneguilla	13,4
• El Agustino	166,2
• Lurigancho	125,1
• San Juan de Lurigancho	755,5
• San Luis	59,2
• Santa Anita	154,4

Lima Central: diecisiete distritos

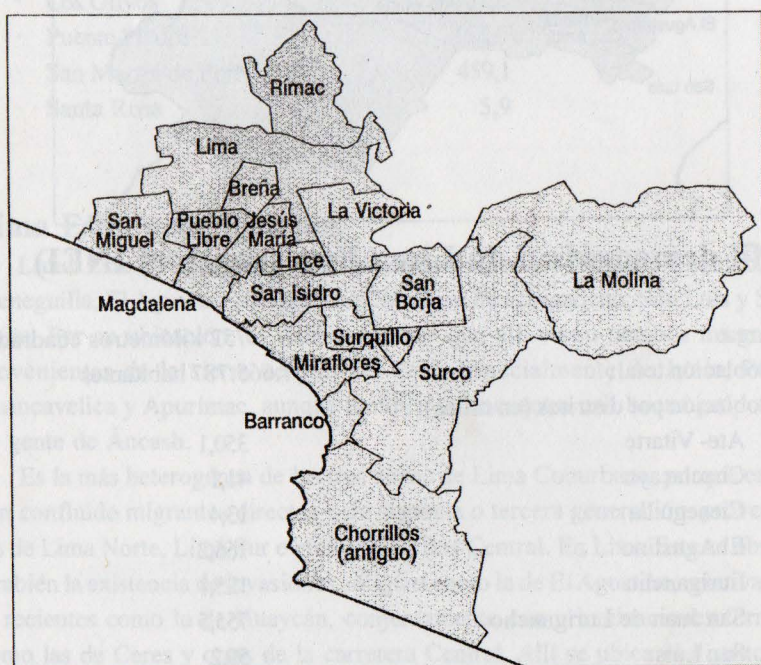
Está formada por los distritos tradicionales de la ciudad: Barranco, Breña, Chorrillos (antiguo), Jesús María, La Molina, La Victoria, Lima Cercado, Lince, Magdalena, Miraflores, Pueblo Libre, Rímac, San Borja, San Isidro, San Miguel, Surco y Surquillo.

Es la zona más tradicional y la más densamente poblada de la ciudad, a pesar

de que sus Índices de densidad son bastante bajos comparados con otras ciudades del mundo.

Tiene distritos muy antiguos como Lima Cercado o el Rímac, donde se fundó Lima, junto con distritos muy nuevos como San Borja, que es algo así como el arquetipo de la nueva clase media limeña, es decir, formado casi exclusivamente por hijos de la primera generación de migrantes.

Ilustración 4
Mapa de Lima Central



Aquí llegan en primera instancia los servicios más modernos: telefonía, televisión por cable, supermercados, centros comerciales o bancos, bajo la premisa de que sería el área demográfica en que las novedades tendrían mayor aceptación.

Es la zona más rica en ingresos directos regulares (por ejemplo, con sueldos mensuales y en planilla). Esta Lima contiene también la mayor cantidad -no muy grande- de limeños de padres y abuelos limeños.

Perfil demográfico de Lima Central (según el INEI)

Área	204 kilómetros cuadrados
Población total	2.190.496 habitantes
Población por distritos (en miles):	45,9
• Barranco	94,8
• Breña	81,8
• Chorrillos (antiguo)	67,2
• Jesús María	137,3
• La Molina	228,3
• La Victoria	345,9
• Lima Cercado	71,0
• Lince	53,0
• Magdalena	92,8
• Miraflores	80,4
• Pueblo Libre	211,7
• Rímac	128,6
• San Borja	68,4
• San Isidro	132,5
• San Miguel	251,6
• Surco	99,1
• Surquillo	

Lima Sur: once distritos

Lima Sur se conforma por los distritos de Chorrillos (nuevo), Lurín, Pachacámac, Pucusana, Punta Hermosa, Punta Negra, San Bartolo, San Juan de Miraflores, Santa María, Villa El Salvador y Villa María del Triunfo.

Aunque es la más antigua en formación del grupo de las pertenecientes a Lima Conurbana, se desarrolló significativamente hace unos veinte años, después del desarrollo de Lima Norte. La mayor parte de sus habitantes viene de la sierra sur, muchos de ellos por la última ola de refugiados del terrorismo.

Ilustración 5 Mapa de Lima Sur

El distrito más representativo de la evolución histórica de esta Lima es Villa El Salvador, pero también son importantes San Juan de Miraflores y Villa María del Triunfo. Lima Sur tiene una organización social admirable que le hizo ganar, a través de Villa El Salvador, el Premio Príncipe de Asturias.

Ilustración 5
Mapa de Lima Sur



A pesar de lo mencionado, tiene pocos servicios modernos como cines, supermercados o centros comerciales. Es la zona menos densamente poblada y por donde se cree que crecerá más la ciudad (Lurín, Pachacámac, etcétera).

Perfil demográfico de Lima Sur (según el INEI)

Área	853 kilómetros cuadrados
Población total	1.315.065 habitantes
Población por distritos (en miles):	
• Chorrillos	188,2
• Lurín	49,4
• Pachacámac	33,4
• Pucusana	4,5
• Punta Hermosa	5,1
• Punta Negra	4,2
• San Bartolo	3,5
• San Juan de Miraflores	367,1
• Santa María	0,3
• Villa El Salvador	330,1
• Villa María del Triunfo	329,1

Callao: seis distritos

La zona del Callao se integra por los distritos de Bellavista, el Callao, Carmen de la Legua, La Perla, La Punta y Ventanilla. Junto con Lima Central, es una de las zonas tradicionales de esta Lima actual.

De manera estricta, el Callao no pertenece a la ciudad de Lima, pues mientras las tres «Limas» Conurbanas y Lima Central pertenecen a la provincia de Lima, el Callao es una provincia diferente. Sin embargo, si hasta hace poco estaba separada físicamente de Lima, hoy el crecimiento poblacional ha hecho que exista continuidad entre ambas ciudades, y han quedado, en segundo plano, los mencionados límites geográficos de antaño.

De esta unión geográfica, el que ha resultado menos favorecido es el Callao, pues en la mayoría de análisis el puerto es «incluido» como parte de Lima Central y no se respetan sus características y necesidades especiales. Como veremos más adelante, por ser puerto, por ser una provincia distinta y por representar un volumen importante de personas (aproximadamente dos millones), el Callao merece un análisis individual y más detenido.

Además de ser habitado por chalacos, entre sus particularidades destaca el hecho de que el Callao alberga casi exclusivamente gente de origen costero,

Ilustración 6
Mapa del Callao



especialmente de Áncash (del puerto de Chimbote), de La Libertad y de Piura, sobre todo en la zona de Ventanilla, que en la práctica también surgió a partir de invasiones de terreno como en Lima Conurbana. Estos habitantes son porteños, diferentes a todos los otros grupos. Miran al mundo de manera distinta.

Tienen servicios modernos limitados. Recién se han construido allí supermercados. Uno de ellos es la llamada ciudad comercial Minka, un híbrido entre la modernidad y la tradición comercial. Van mucho a Marina Park y a Plaza San Miguel, en el camino a Lima Central.

Perfil demográfico del Callao (según el INEI)

Área	147 kilómetros cuadrados
Población total	787.154 habitantes
Población por distritos (en miles):	
• Bellavista	82,8
• Callao	417,6
• Carmen de la Legua	44,0
• La Perla	66,8
• La Punta	7,2
• Ventanilla	168,7

Lima Metropolitana, crecimiento sostenido

Como se señalaba previamente, el contexto histórico y estadístico refuerza la idea de que el crecimiento de Lima se verá sobre todo orientado a las zonas de la Lima Conurbana. Sin embargo, existen también nuevas referencias que indican que toda la Lima Metropolitana seguirá creciendo, incluyendo allí a los distritos pertenecientes a Lima Central y el Callao.

En efecto, en el análisis básico se observa que, mientras Lima Norte tuvo un crecimiento promedio en los últimos cinco años de 2,4 por ciento anual, Lima Este de 2 por ciento y Lima Sur de 2,5 por ciento, Lima Central habría tenido el índice de crecimiento promedio más bajo, de solo 1 por ciento anual. Últimamente se observa, sin embargo, una notoria aceleración del crecimiento demográfico en Lima Central, fundamentalmente apoyado por planes de construcción en proyectos de alta densidad poblacional.

Este es el caso de los proyectos de vivienda impulsados por el Estado, como MiVivienda y Techo Propio, que en gran parte se llevan a cabo en lugares aún disponibles de Surquillo, Rímac, Santiago de Surco y otros de Lima Central. Como

Cuadro 16
Población de Lima, por zonas

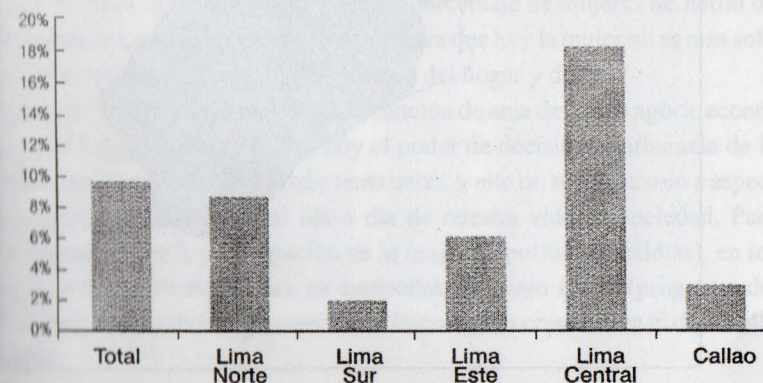
	Área (km ²)	Población	Densidad
Lima Norte	857	1.816.636	2,119
Lima Este	752	1.665.787	2,215
Lima Sur	853	1.315.065	1,542
Lima Central	204	2.190.496	10,762
Callao	147	787.154	5,356
Total	2.813	7.775.138	2,764

veremos más adelante, el escoger estas zonas probablemente se justifica porque los habitantes de Lima Central tienen menor porcentaje de vivienda propia y, a la vez, cumplen mejor con los criterios exigidos por los programas de financiamiento tradicionales (empleo formal y remuneración fija). Además, este grupo, acostumbrado a la mayor densidad de sus zonas, pareciera ser el menos reticente a vivir en edificios o complejos multifamiliares de alta concentración de personas.

El tamaño de las familias de Lima

Tomando como punto de partida a la unidad básica de la sociedad, se puede observar que la cantidad promedio de miembros que conforman una familia en Lima es de cinco personas. Como se ve en el siguiente cuadro, en las zonas norte, sur y este (Lima Conurbana), el número de miembros por familia es superior al existente en los barrios de Lima Central y del Callao.

Cuadro 17 Empleadas domésticas en Lima

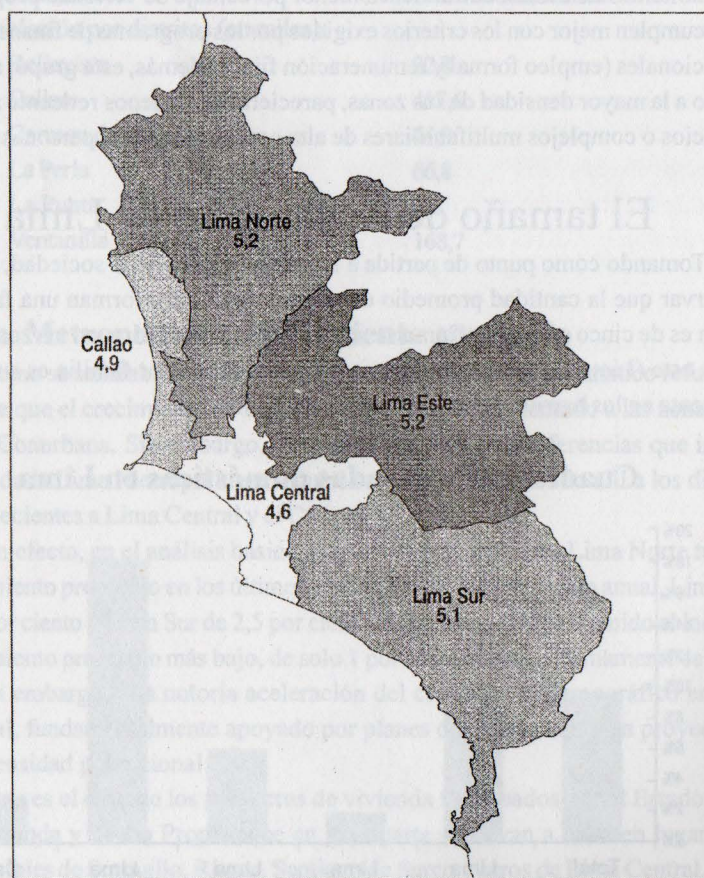


Este promedio, si bien implica un mayor número de hijos por familia en la zona conurbana, también sugiere, especialmente en Lima Norte, la existencia de más viviendas en las que vive más de un hogar (entendiendo por hogar al conjunto de personas que comparte una cocina).

Por otro lado, dentro del hogar, la empleada doméstica se ha convertido en parte integrante de las familias. Su presencia es mucho más frecuente en Lima Central, donde cerca del 20 por ciento de las familias cuenta con este servicio, aunque también existe en menor magnitud en otras zonas de Lima, especialmente en el norte y el este.

Ilustración 7

Número de personas por familia en Lima Metropolitana

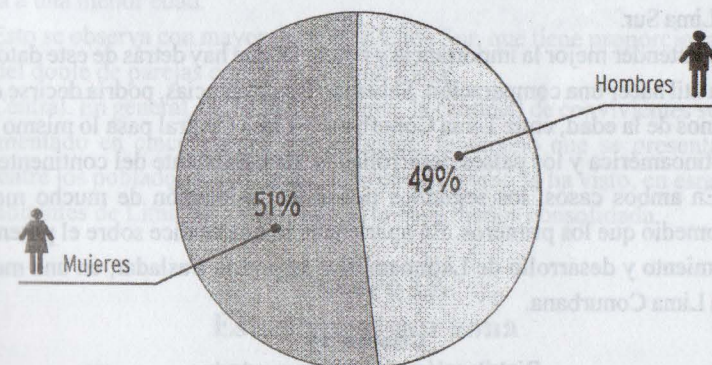


Los géneros en Lima Metropolitana

Como se observa en la ilustración siguiente, la distribución por sexo en Lima Metropolitana es bastante pareja: 51 por ciento de mujeres frente a 49 por ciento de hombres. En cada una de las zonas de Lima la distribución es similar. No existen diferencias significativas entre Lima Central, el Callao y Lima Conurbana.

Ilustración 8

«Todos pueden tener pareja»



En lo que sí se observan diferencias importantes con respecto al pasado es en el rol que la mujer estaría cumpliendo en la sociedad, directa o indirectamente. Esto es algo que analizaremos con mayor detalle más adelante, pero desde ya es importante destacar que cada vez hay mayor porcentaje de mujeres de Estilo de Vida Trabajadora que Conservadora. Eso muestra que hoy la mujer no es más solo alguien que se encarga solamente del cuidado del hogar y de la

familia. Ya sea que siga cumpliendo la función de ama de casa o aporte económicamente al hogar, lo cierto es que hoy el poder de decisión e influencia de la mujer es definitivamente mayor al que tenía antes, y ello no se limita solo a aspectos de consumo, sino también al día a día de nuestra vida en sociedad. Para muestra, basta con ver la participación de la mujer en política (alcaldías), en los negocios (gerencias de empresas), en campañas de apoyo social (programa del vaso de leche) y en muchos otros campos de importancia crucial para el desarrollo de la ciudad.

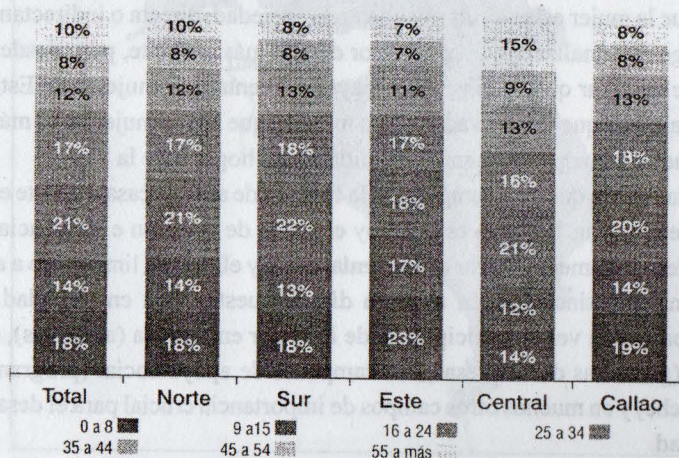
Lima Conurbana: la más joven de Lima Metropolitana

Un aspecto que sí marca la diferencia entre las distintas zonas de la ciudad es la edad: más del 50 por ciento de la población de Lima Conurbana está por debajo de los 25 años.

Esta juventud de Lima Norte, Lima Sur y Lima Este nos muestra la fuerza que tendría en la actualidad la tercera generación de migrantes, de la que se comentó en el capítulo anterior, generación que ya habría dejado atrás su pasado provinciano y hoy formaría parte de esta nueva ola surgida de la interculturización. El Callao presenta un tamaño porcentual de juventud casi equiparable al de Lima Norte y Lima Sur.

Para entender mejor la importancia y potencial que hay detrás de este dato, tal vez sería útil hacer una comparación. Salvando las diferencias, podría decirse que, en términos de la edad, entre Lima Conurbana y Lima Central pasa lo mismo que entre Latinoamérica y los países desarrollados, especialmente del continente europeo. En ambos casos, los segundos tienen una población de mucho mayor edad promedio que los primeros. En apariencia, lo que se dice sobre el potencial de crecimiento y desarrollo de Latinoamérica se podría trasladar, en una menor escala, a Lima Conurbana.

Cuadro 18
Distribución por zonas y edades



Lo interesante de este segmento joven en Lima Conurbana es que no solo es importante por el potencial que representa su propia juventud, sino también porque hoy ya constituyen una fuerza importante para el desarrollo -por su fuerza de trabajo- y un mercado atractivo para las empresas.

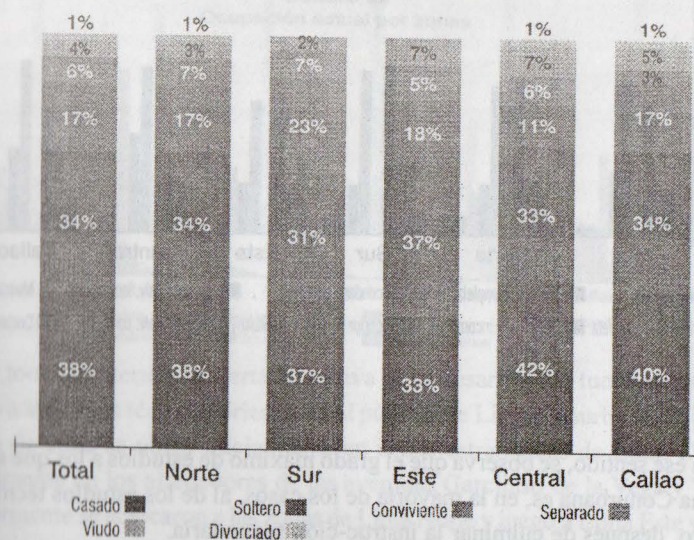
A diferencia de lo que ocurre con los jóvenes de Lima Central, los de Lima Conurbana parecieran buscar su independencia económica y social a una edad más temprana. Ello los hace ingresar a la población económicamente activa antes y, al mismo tiempo, los convierte en consumidores de otro tipo de bienes y servicios.

Una de las razones por las que el joven de Lima Conurbana buscaría con antelación la independencia económica de su familia sería porque suele formar pareja a una menor edad.

Esto se observa con mayor detalle en Lima Sur, que tiene proporcionalmente más del doble de parejas convivientes que Lima

Central. En general, de 1996 al presente, la cantidad de convivientes se habría incrementado en cinco puntos porcentuales, fenómeno que se presenta sobre todo entre los pobladores de Lima Conurbana y, como se ha visto, en especial en los habitantes de Lima Sur, justa-mente, la zona menos consolidada.

Cuadro 19
Estado civil por zona

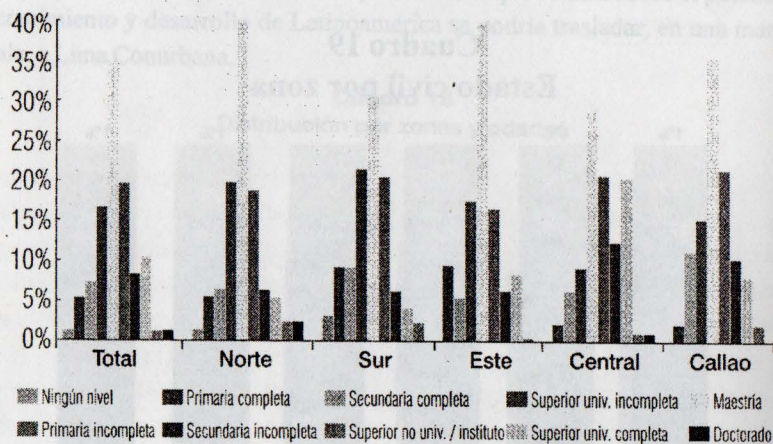


Estudios cortos para «chambear al toque»

Lo visto en el punto anterior se refleja directamente en el tema de los estudios, en el que, más que hablar de un mejor o peor nivel de instrucción, se podría hablar de una orientación distinta en cuanto al tipo de educación que se buscaría.

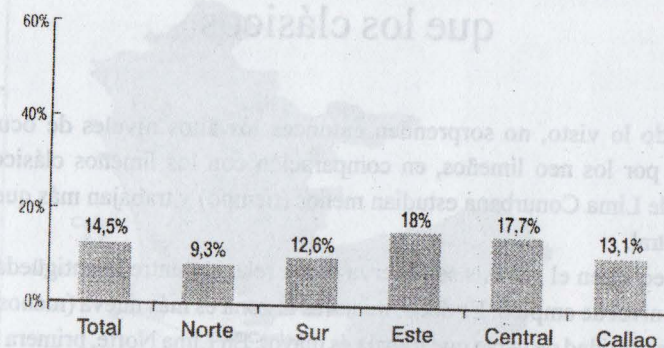
Es muy probable que la confrontación con la situación económica del país y las necesidades por progresar en un entorno en el que muchos profesionales no pueden ejercer su carrera haya generado que el nivel académico alcanzado por el poblador de Lima Conurbana sea algo inferior, en términos formales, al del poblador de Lima Central. Sin embargo, lo que se observa es que, en su mayoría, el habitante de Lima Conurbana ha elegido la eficiencia por encima de los convencionalismos sociales de supuesta idealidad que conlleva la obtención de un título profesional.

Cuadro 20 Formación más práctica



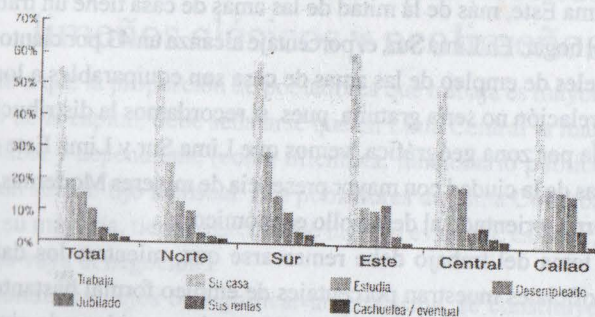
En ese sentido, se observa que el grado máximo de estudios a los que se llega en Lima Conurbana es, en la mayoría de los casos, al de los estudios técnicos de instituto, después de culminar la instrucción secundaria.

Cuadro 21
Personas que tienen conocimiento de inglés



Del mismo modo, el conocimiento del idioma inglés, que implica una orientación hacia la modernidad y el cosmopolitismo, es bastante variado en Lima Metropolitana. Seguramente, ello tiene que ver con el interés por progresar y, en muchos casos, por emigrar, deseo presente en gran parte de la población, sobre todo la más joven. Sorprende ver que en Lima Este el porcentaje de personas que conoce el idioma inglés es del mismo nivel que en Lima Central, y mucho mayor que en las otras zonas de Lima Conurbana y el Callao.

Cuadro 22
Ocupación actual por zonas



Por todo lo anterior, la oferta educativa se ha desarrollado fuertemente en lo referido a institutos técnicos orientados al público de Lima Conurbana. Si bien la mayoría de ellos se ubicó inicialmente en zonas estratégicas de Lima Central, especialmente en los alrededores de las avenidas Garcilaso de la Vega y Tacna, posteriormente se acercaron a las zonas de Lima Norte y luego a Lima Este y Lima Sur.

Neolimeños, con más empleo que los clásicos

A todo lo visto, no sorprenden entonces los altos niveles de ocupación referidos por los neo limeños, en comparación con los limeños clásicos. Los limeños de Lima Conurbana estudian menos (tiempo) y trabajan más que los de Lima Central.

De hecho, en el análisis se observa cierta relación entre la antigüedad de la zona y el nivel de empleo. Es decir, mientras la zona es más nueva (menos consolidada), la cantidad de gente que trabaja es mayor. En Lima Norte, primera zona de Lima Conurbana en desarrollarse, existe un nivel de empleo de 53 por ciento. Le siguen Lima Sur y Lima Este, con 58 y 62 por ciento, respectivamente.

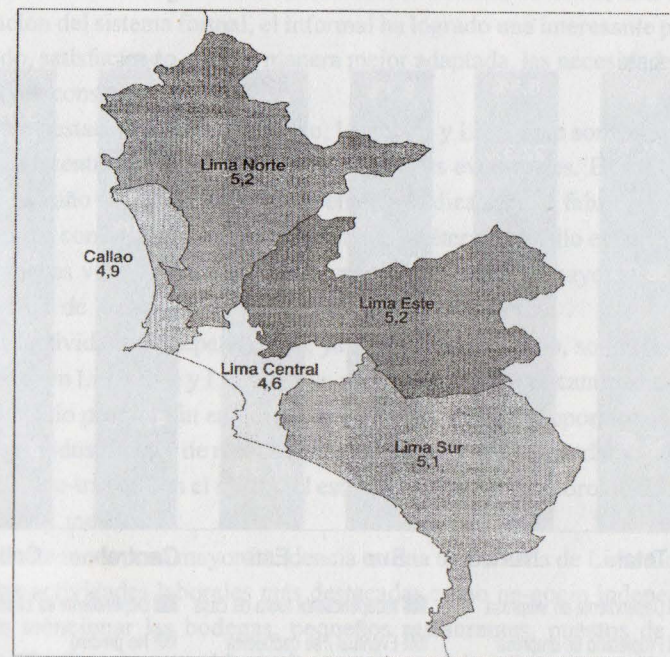
A los anteriores se suman otros detalles destacables: el mayor índice de desempleo se presenta en el Callao y la mayor cantidad de jubilados se observa en Lima Central.

Este mayor índice de trabajo en las zonas más nuevas se debería a las mayores necesidades y al consiguiente esfuerzo mancomunado requerido por vivir en zonas que aún están en proceso de consolidación.

Sin embargo, es importante destacar la labor que la mujer aporta en este sentido. En Lima Este, más de la mitad de las amas de casa tiene un trabajo fuera del cuidado del hogar. En Lima Sur, el porcentaje alcanza un 43 por ciento. En Lima Norte, los niveles de empleo de las amas de casa son equiparables a los de Lima Central. Esta relación no sería gratuita, pues, si recordamos la distribución de los Estilos de Vida por zona geográfica, vemos que Lima Sur y Lima Este son justamente las zonas de la ciudad con mayor presencia de mujeres Modernas, de Estilo de Vida moderno, orientado al desarrollo económico.

Sobre el tema del trabajo debe remarcarse que, mientras los datos de las instituciones oficiales muestran porcentajes de empleo formal bastante bajos, la mayoría de la gente parece no asumir esa diferencia, considerando simplemente «trabajo» a cualquier ocupación, formal o informal. Estos aspectos se analizan en el siguiente punto.

Ilustración 7
Número de personas por familia
en Lima Metropolitana

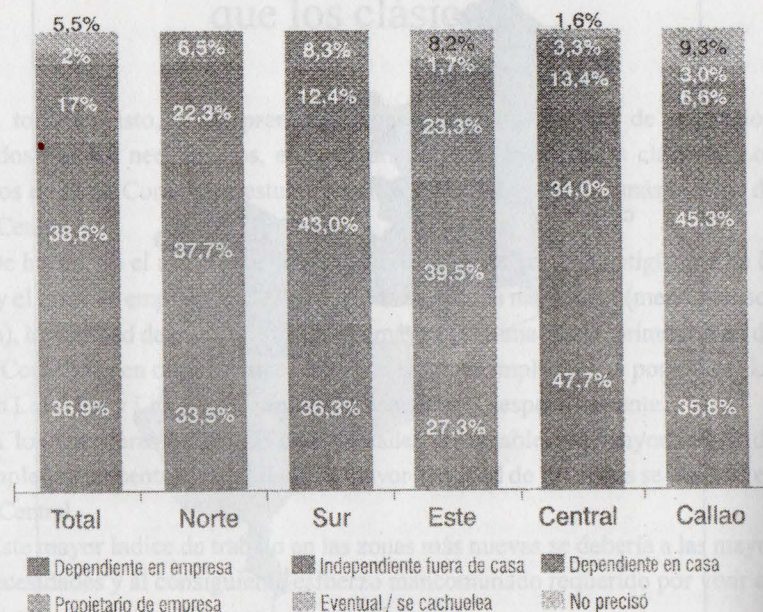


Dependientes e independientes, limeños clásicos y neolimeños

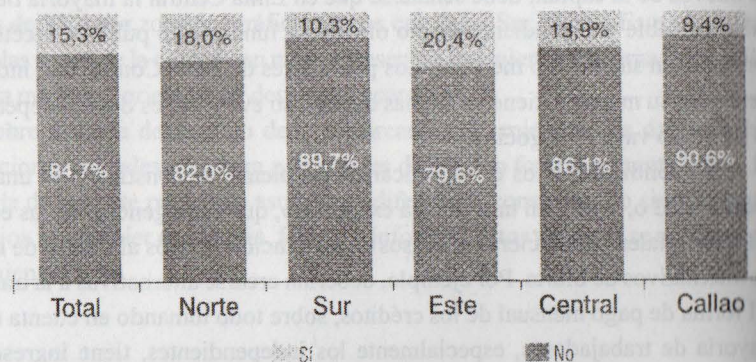
Debido a que la proporción de pobladores que trabaja es mayor en los distritos nuevos de la capital, debe señalarse que en Lima Central la mayoría tiene un trabajo estable y dependiente (como oficinista, funcionario público, etcétera) y, por ende, un sueldo fijo mensual. Los pobladores de Lima Conurbana, independientes en su mayoría, tienen sistemas de ingreso eventual, es decir, «dependiendo de cómo vaya el negocio».

Esta condición, lejos de significar un problema, se constituye en una gran oportunidad o, acaso, en una «nueva exigencia», que debe generar en las empresas comerciales y financieras procesos de adaptación ligados al diseño de modelos alternativos de oferta. Por ejemplo, deberían crearse alternativas a la tradicional forma de pago mensual de los créditos, sobre todo tomando en cuenta que la mayoría de trabajadores, especialmente los independientes, tiene ingresos sin una periodicidad definida o, a veces, de manera quincenal, semanal o hasta diaria.

Cuadro 24
Tipo de trabajo que posee



Cuadro 25
¿Tiene usted negocio propio?



Se debe tener en cuenta sobre este último punto que, si no lo hacen unos, otros lo harán en su lugar. De hecho, como se verá más adelante, ante la limitada adaptación del sistema formal, el informal ha logrado una interesante porción del mercado, satisfaciendo, de una manera mejor adaptada, las necesidades y expectativas del consumidor.

Dato destacable es que el Callao, Lima Sur y Lima Este son las zonas en las que se concentra la mayor parte de trabajadores eventuales. En tal sentido, no resulta extraño ver casos de familias enteras dedicadas a la fabricación de prendas, dulces, comercio mayorista y minorista, etcétera, todo ello en un trabajo en el cual, muchas veces, participan desde niños hasta adultos mayores.

Ciudad de los Reyes, de los Chaváz, de los Quispe ...

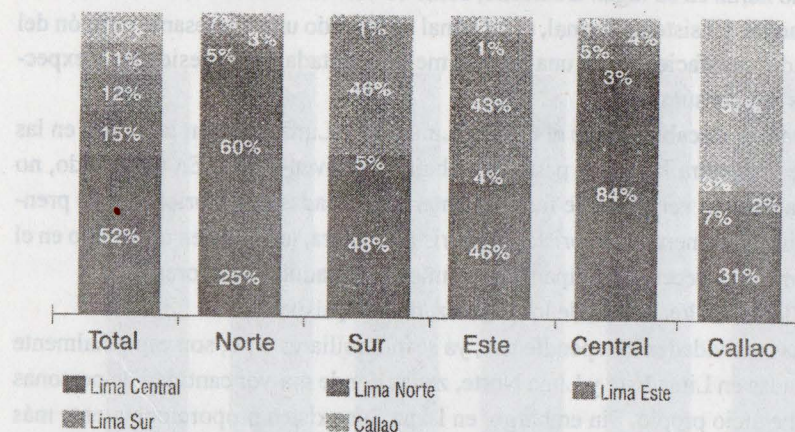
Las actividades independientes, ya sean familiares o no, son especialmente realizadas en Lima Este y Lima Norte, zonas donde mayor cantidad de personas tiene negocio propio. Sin embargo, en Lima Sur existen proporcionalmente más empresas industriales y de manufactura, muchas de ellas ubicadas en zonas específicas, mientras que en el norte y el este hay una fuerte proporción de comercios pequeños y medianos.

De este modo, con mayor incidencia en una u otra zona de Lima Conurbana, entre las actividades laborales más destacadas como negocio independiente se pueden mencionar las bodegas, pequeños restaurantes, puestos de mercado, fabricación de ropa y muebles, y la venta y servicios diversos, muchos de ellos ambulatorios.

Lima Conurbana: hacia la consolidación de ciudades autónomas

Un dato importante sobre el tema del trabajo en Lima Metropolitana es el referido al lugar donde el limeño realiza su labor diaria. Como lo muestra el cuadro siguiente, mientras la gran mayoría de trabajadores de Lima Central tiene su centro de trabajo en la misma Lima Central, los trabajadores de Lima Conurbana, y dentro de estos sobre todo los de Lima Sur y Lima Este, aún se tienen que desplazar a Lima Central para ejercer esta actividad diaria.

Cuadro 26
Lugar de trabajo



Este hecho, sumado a que la mayoría de servicios y centros de distribución se encuentran también concentrados en Lima Central, nos hace pensar que, a pesar de su importancia relativa, Lima Conurbana aún no puede funcionar como una zona autónoma e independiente de Lima Central.

De las tres «Limas» Con urbanas, Lima Norte sería la única que hasta el momento habría logrado un relativo nivel de autonomía, debido a que ya existen empresas establecidas en la zona, lo que ha motivado que contraten mano de obra local. Obviamente, esta situación observada en Lima Norte es conveniente no solo para el poblador de dicha zona, sino también para las empresas contratantes. Al contratar mano de obra local, de alguna manera la empresa contribuye con el desarrollo de los pobladores de la zona, quienes eventualmente se convertirán en sus consumidores finales.

Actualmente, el poblador promedio de Lima Norte trabaja en Lima Norte, vive en Lima Norte y cada vez tiene más servicios en Lima Norte. No necesita ya dirigirse a Lima Central. Pueden pasar semanas sin que un habitante de esa zona vaya a Lima Central, algo realmente poco factible hasta hace no muchos años.

Esta mayor autonomía de Lima Norte se ve también reflejada en un importante ahorro en términos de transporte, aspecto que los pobladores de las otras dos «Limas» Con urbanas aún no pueden contar, no solo por el tema del gasto que implica, sino también por la pérdida de tiempo y las penurias que pasan al tener que trasladarse de un extremo a otro de la ciudad.

Para nadie es una novedad el problema de transporte que sufre Lima Metro-

politana. El fenómeno de las combis, sumado a la aún insuficiente distribución de las avenidas y vías de comunicación, hacen recordar el deseo del ex presidente Manuel Prado de construir un metro en Lima (fatalmente diluido en los intereses políticos de la época) y el tren eléctrico de Alan García, obra recientemente retornada.

De este modo, lo cierto es que, a pesar de algunas obras monumentales - como el famoso Zanjón de Luis Bedoya en la avenida Paseo de la República o su homónimo inaugurado por Alberto Andrade en la avenida Javier Prado, entre otras obras de corte estratégico-, la capital del Perú es desordenada -también- en su ámbito vial. Lima no brinda aún la plataforma necesaria para la generación de un transporte público y privado fluido y económico, que permita que sus nuevas zonas tengan un desarrollo homogéneo e interconectado.

Ello obliga al habitante de Lima Conurbana a trasladarse, co-tidianamente, largas y sobre todo duraderas distancias (debido básicamente a las deficientes características del transporte público) para llegar a su lugar de trabajo o estudio.

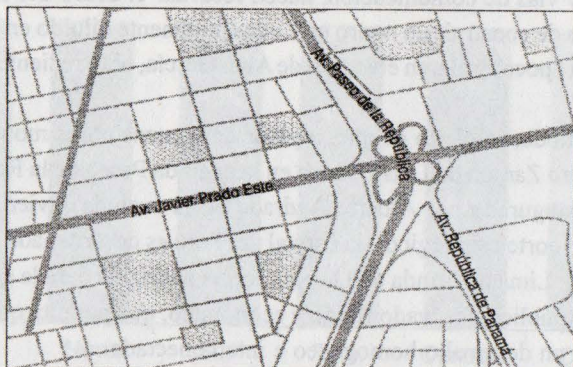
El cuadro 25 nos muestra también una de las razones por las que el limeño clásico, habitante de Lima Central, no se habría percatado del enorme desarrollo vivido en Lima Conurbana en los últimos años. Al hecho de tener un análisis limitado en el aspecto económico se suma una realidad innegable: el limeño clásico no conoce Lima Conurbana, simplemente, porque nunca ha tenido la necesidad de ir a ella.

Así, más del 80 por ciento de las personas de Lima Central que trabajan lo hacen en la misma Lima Central. Este aspecto, aunado a que esta zona es la que concentra la gran mayoría de servicios, explica el porqué un limeño clásico promedio no ha tenido hasta ahora que «darse una vuelta» por alguna de las «Limas» Conurbanas. Lo más cerca que habrían estado de ellas habría sido en su camino a las playas del sur en el verano o a algún club campestre de la sierra limeña en el invierno.

Como se dejó entrever anteriormente, en los últimos años el limeño clásico ha vivido encerrado en un «gueto» delimitado fundamentalmente por dos ejes viales principales, la Vía Expresa, de norte a sur, y la avenida Javier Prado, de este a oeste. Uno de los objetivos del presente libro es mostrar que hay «vida» más allá de este «gueto» y que ella puede representar el futuro de la ciudad.

Ilustración 9

El limeño clásico ha vivido encerrado en un «gueto»



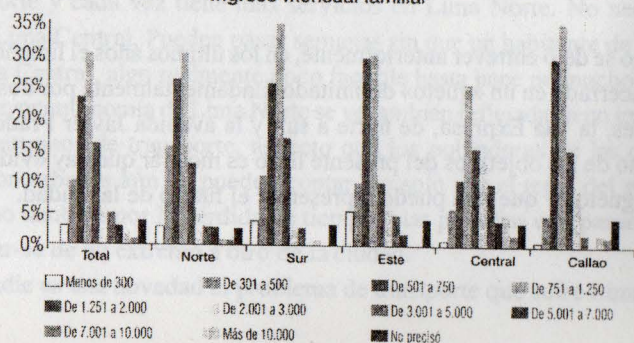
La zona ya no es tan determinante en la capacidad de gasto

Si bien los niveles de ingreso monetario son superiores en Lima Central, las diferencias económicas entre los distritos que la comprenden y los que integran Lima Conurbana ya no son tan marcadas como lo solían ser.

Así como hoy podemos encontrar hogares con ingresos muy bajos en los distritos de Lima Central, también existen en Lima Conurbana familias con ingresos de cinco mil, siete mil o incluso más de diez mil nuevos soles mensuales, sumas que se crearían exclusivas y solo posibles para habitantes de los distritos conocidos como «ricos» de Lima Central.

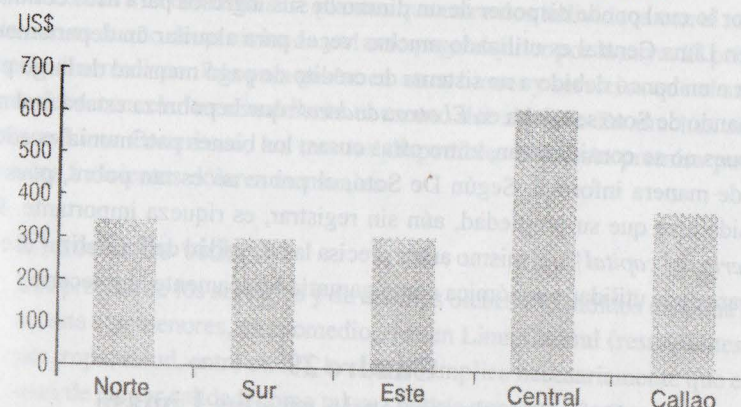
Y, es más, aquellos ingresos de Lima Conurbana suelen ser mucho más discrecionales (menos sujetos a pagos fijos predeterminados) que los de las zonas tradicionales.

Cuadro 27
Ingreso mensual familiar



Cuadro 28

Promedio de ingreso mensual familiar



Pese a que, cuando observamos las cifras del ingreso promedio mensual en los pobladores de Lima Metropolitana, las familias de Lima Central siguen presentando una ventaja económica en el total de sus ingresos, también es cierto que existen factores que pueden determinar que un alto ingreso no necesariamente signifique una gran capacidad de consumo. Consecuentemente, un ingreso inferior puede significar una capacidad de consumo relativamente superior a la esperada.

Por ello, las cifras referidas al ingreso familiar deben ser entendidas en términos de su utilización y no solo en su valor absoluto. Una serie de factores en el análisis de esas entradas y sus usos permiten concluir que el ingreso declarado por una familia supuestamente más «pobre» es decididamente mucho más «neto» —es decir, menos comprometido con deudas, por ejemplo, hipotecarias— que el ingreso declarado por una familia supuestamente más «pudiente».

Son varios los compromisos financieros (deudas, requerimientos económicos para mantener el estatus, etcétera) los que generan que el ingreso mensual de muchas familias de Lima Central no pueda ser empleado para el consumo de bienes y servicios diversos. Muchos de estos compromisos no existen para las familias de Lima Conurbana.

Las principales circunstancias que generan esta situación en el mercado limeño son las siguientes:

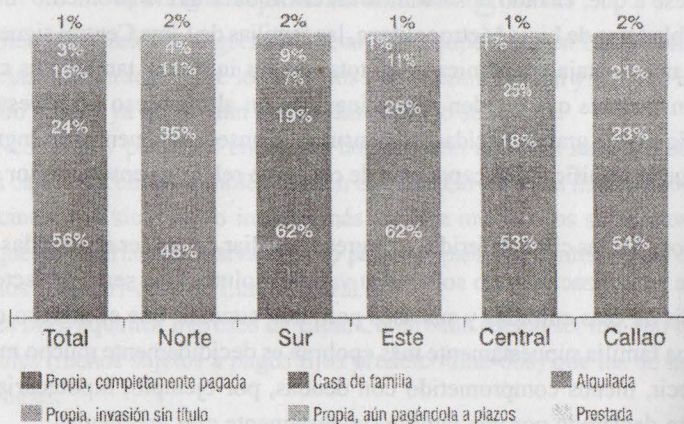
• Los bienes patrimoniales

Las familias limeñas supuestamente más «pobres», sobre todo las de Lima Conurbana, tienen una serie de bienes patrimoniales (casas, terrenos, entre otros)

que les otorgan un bienestar traducido en una mayor capacidad de gasto.

El 90 por ciento de las familias de Lima Conurbana es propietario de su vivienda, por lo cual puede disponer de un dinero de sus ingresos para usos cotidianos, que en Lima Central es utilizado muchas veces para alquilar un departamento o pagar a un banco debido a un sistema de crédito de pago mensual de largo plazo. Hernando de Soto señalaba en *El otro sendero*⁴¹ que la pobreza estaba mal medida, pues no se consideraban, entre otras cosas, los bienes patrimoniales adquiridos de manera informal. Según De Soto, el pobre no es tan pobre, pues debe considerarse que su propiedad, aún sin registrar, es riqueza importante. En *El misterio del capital*⁴², el mismo autor precisa la necesidad de formalizar ese capital para darle utilidad económica como garantía básicamente hipotecaria.

Cuadro 29
Posición de vivienda en «las Limas»



Creemos que hay una tercera forma de ver la utilidad de este tipo de propiedad. Independientemente de si está registrada o no, la propiedad genera bienestar por el usufructo de la misma. No importa si su vivienda es obtenida por invasión o si tiene títulos de propiedad, el hecho de vivir en ella sin tener que pagar una renta supone que la supuesta familia «pobre» de Lima Conurbana puede destinar

41 Soto, Hernando de (1986). *El otro sendero*. Lima: Instituto Libertad y Democracia.

42 Soto, Hernando de (2001). *El misterio del capital*. México D. E: Diana.

más dinero para consumir cualquier otro producto (bien o servicio)⁴³.

En otras palabras, el bien patrimonial es, en la práctica, liquidez para el consumo. Nadie dudará de ese tema si se plantea que entre dos individuos con el mismo salario uno es dueño de su vivienda y el otro paga alquiler por la suya. El primero tiene más dinero disponible para gastar en otros bienes y servicios que el segundo, que debe cancelar mensualmente el monto del alquiler. En muchas zonas, incluso en Lima Conurbana, los montos disponibles bajo esta premisa pueden llegar a los trescientos dólares mensuales.

El costo de vida

Los precios de los servicios y de muchos bienes expendidos en Lima Conurbana son menores, en promedio, que en Lima Central (restaurantes, cines, ropa, salud, entre otros), lo cual no implica necesariamente que estos sean de menor calidad, como tal vez podría pensarse. Por ese motivo, una misma cantidad de dinero puede representar una capacidad de consumo diferente, dependiendo de dónde está ubicada la persona.

Al gastar menos en algunos productos, los consumidores de estas zonas tienen mayor capacidad para dedicarlos a la compra de otros. Por ejemplo, es evidente que si se gasta menos en pagar la entrada al cine para ver una película, se dispondrá de más dinero para comprar una gaseosa o un sándwich en el mismo lugar. Esta situación se puede observar de manera más detallada en el cuadro 30, que muestra algunos ejemplos de precios en Lima Central y Lima Conurbana. El precio de un menú en Lima Central no baja de cinco soles, mientras que en Lima Conurbana puede costar tres soles (sin dejar de ser succulento). Si hubiese dudas con respecto a la calidad, ¿qué mejor indicador que el precio de una entrada a un cine moderno, de la misma cadena y con la misma película, en Lima Central y Lima Conurbana? La diferencia puede llegar a ser, de manera general, de dos a uno.

Al hacer este somero análisis, rápidamente el lector puede darse cuenta de que una familia miraflorentina, muy golpeada por la crisis económica, tal vez podría lograr un nivel de vida mucho mejor si se mudase a alguna de las zonas de Lima Conurbana. Sin embargo, ello no ocurre, en parte por el desconocimiento de las ventajas que ofrecen estas zonas de la ciudad y, sobre todo, por la necesidad de mantener a toda costa un Estilo de Vida definido.

43 Arellano y otros, op. cit.

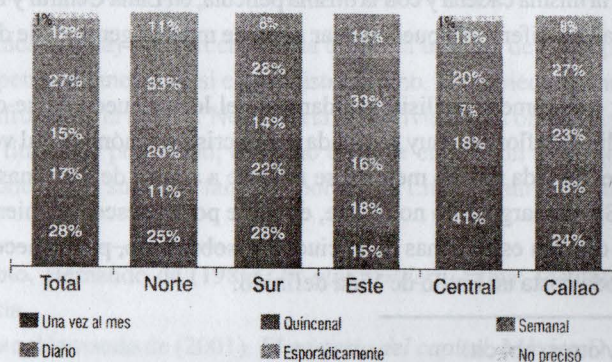
Cuadro 30
Comparación de algunos precios en «las Limas»

Producto / Servicio	Lima Central	Lima Sur	Lima Norte	Lima Este
Alquiler de un departamento 2-3 habitaciones	\$250-350	\$100-120	\$100-120	\$100
Menú	S/. 5,00-8,00	S/. 3,00	S/. 3,00-6,00	S/. 3,00-4,00
Ingreso cine	S/. 15,00	S/. 7,00	S/. 8,50	-
Kilo de arroz a granel	S/. 1,60-2,50	S/. 1,60-2,20	S/. 1,60-2,00	S/. 1,50-2,80
Kilo de papas	S/. 1,20	S/. 1,20	S/. 1,10	S/. 0,90-1,20
Kilo de carne	S/. 13,00	S/. 12,00	S/. 10,00-14,00	S/. 8,00-13,00
Kilo de huevos	S/. 3,80	S/. 3,50	S/. 3,50	S/. 3,80
Consulta médica en clínica	S/. 35,00-100,00	S/. 20,00	S/. 18,00-22,00	S/. 25,00
Pollo a la brasa con papas	S/. 24,00	S/. 22,00	S/. 16,00	S/. 13,50

• El defecto en el registro de los ingresos

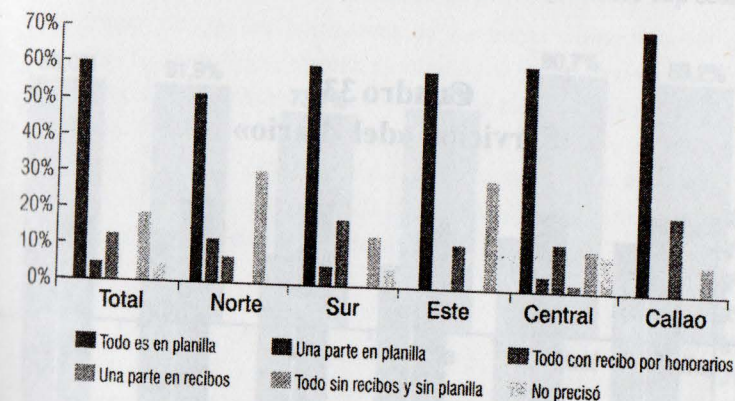
Muchas de las entradas percibidas en las familias de supuestos «bajos» ingresos son informales y no se registran con fidelidad en las cifras oficiales. En muchos casos, las mismas familias no tienen clara la dimensión de su ingreso real, debido a las diferentes formas en que obtienen el dinero (mensual, quincenal, semanal, diario, a través de trabajos fijos o eventuales), a cuántos miembros contribuyen a su llegada y a cómo este ingreso se va gastando.

Cuadro 31
Periodicidad en la recepción de sueldos



Nótese que solo entre el 50 y el 60 por ciento de los trabajadores dependientes de Lima Conurbana (que, a su vez, representan alrededor del 30 por ciento del total de la zona) recibirían su sueldo por planilla. En otras palabras, solo el 17 por ciento de los trabajadores de esta parte de la ciudad estaría en un sistema formal de registro laboral y, por lo tanto, tendría la seguridad de un ingreso fijo.

Cuadro 32
Forma de pago a los dependientes



• El valor del trabajo de la mujer y la no tercerización de servicios

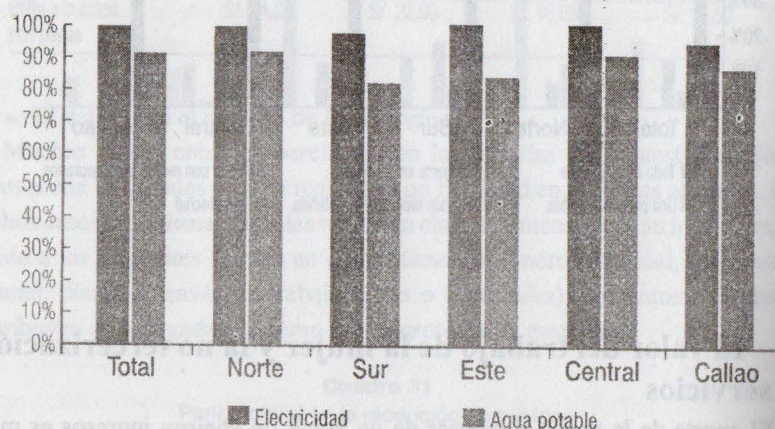
El aporte de la mujer al interior de un hogar de «bajos» ingresos es muy representativo y tangible en términos de economía, pues realiza directamente una serie de actividades normalmente sub-contratadas a terceros (reparaciones, cocina, limpieza) en los hogares más «pudientes». Esta actividad laboral dentro del hogar, generalmente no cuantificada, genera un ahorro que se aplica a la adquisición de otro tipo de productos (bienes y servicios) 44. Esta particularidad, sumada a las anteriores, explicaría entonces que los neolimeños sean mucho menos pobres de lo que un análisis de tipo tradicional puede mostrar.

44 Arellano, Rolando (2001). *Comportamiento del consumidor. Enfoque América Latina*. México D. E: McGraw-Hill.

Los «lujos» ya son cosa «del diario»

Si bien existen aún zonas específicas de la ciudad que marcan la excepción, lo cierto es que hoy Lima Metropolitana cuenta, de manera general, con los servicios básicos que contribuyen con el mayor bienestar del poblador.

Cuadro 33
Servicios «del diario»

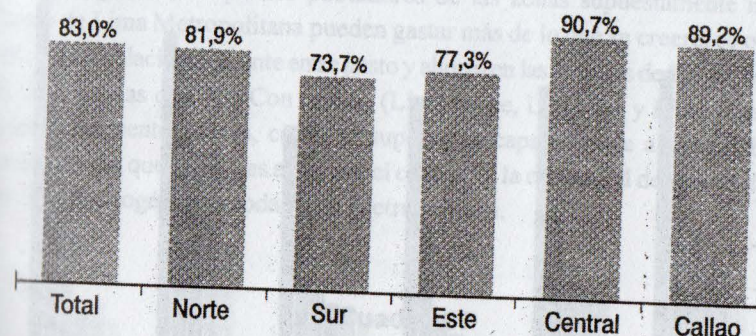


Entre esos servicios, uno de los que más destacaría sería el de la electricidad, pues su presencia en la mayoría de zonas de la capital habría permitido (o lo estaría haciendo) que las familias puedan acceder a muchos productos que antes no podían emplear. Un ejemplo muy importante, relacionado con el consumo de alimentos, es la refrigeradora.

Hasta hace no mucho tiempo, en las empresas se hacía referencia a que, por la falta de un sistema de almacenamiento en frío, las amas de casa de las zonas «pobres» de la ciudad, incluyendo en estas a Lima Conurbana, no podían comprar productos alimenticios perecibles en cantidades superiores a las consumi-

das en el día, pues corrían el riesgo de descomponerse. Hoy, cerca del 80 por ciento de los hogares de Lima Conurbana posee o tiene acceso a una refrigeradora. Ello ocurre no solo gracias a la adaptación de la oferta, sino también a la posibilidad de uso asociada a la llegada del servicio eléctrico a la zona.

Cuadro 34
Acceso a refrigeradoras



Obviamente, la gran penetración de refrigeradoras en los hogares de Lima Conurbana ha abierto muchas oportunidades a la venta de productos perecibles (carne, bebidas, verduras, lácteos) que antes no podían comprarse en cantidad.

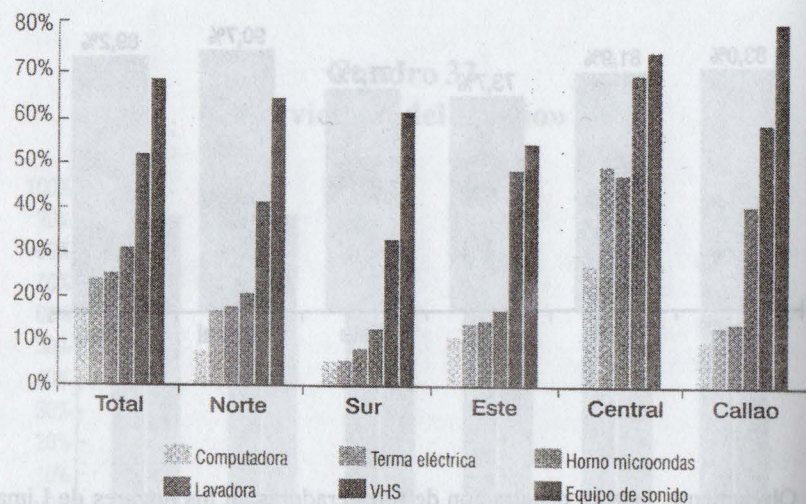
Este mayor equipamiento en las viviendas redonda, como se explicará más adelante, en la frecuencia de compra de los productos perecibles. Si estos productos se pueden guardar durante más tiempo, las compras se realizan de manera más espaciada. Esto debería generar un incremento en el uso de lugares como los supermercados, donde las ofertas, gracias a los volúmenes que comercializan, permiten normalmente ofrecer oportunidades «más económicas» para los consumidores.

Así como se ha presentado el caso de las refrigeradoras, el desarrollo experimentado en los últimos años (o décadas, para ser más precisos) por Lima Conurbana y sus habitantes ha traído como consecuencia que las diferencias que existían entre estas zonas de la ciudad y Lima Central, al menos en cuanto a equipamiento

se refiere, se hayan reducido considerablemente.

Tiempo atrás, cuando se aludía a «lo último» en moda o tecnología, se asumía que ello solo se podía encontrar en Lima Central o el Callao. Hoy en día, para toda Lima Metropolitana, incluyendo Lima Conurbana, la modernidad no solo ha llegado en cuanto a la manera de pensar y actuar, sino también es tangible en la posesión de bienes y servicios básicos.

Cuadro 36
Posesión de bienes en el hogar



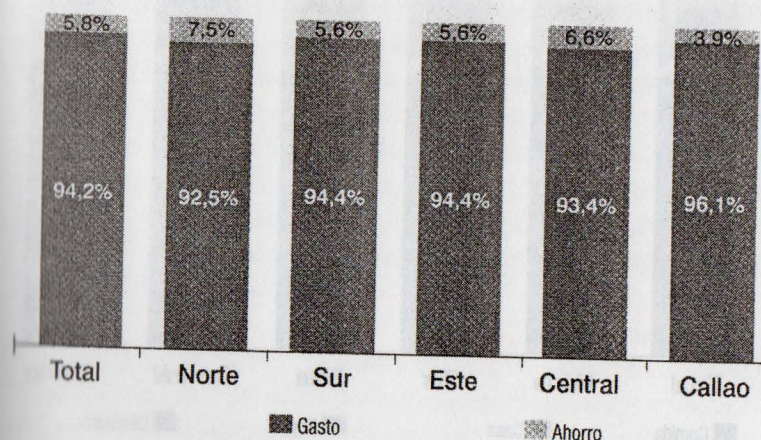
Es importante destacar que los sectores de Lima Sur y Lima Este se encontrarían menos provistos de bienes «modernos» en el hogar. Esto no necesariamente se debería solo a que las familias de dichas zonas tienen menores ingresos, sino también a que, a lo largo del tiempo, las familias de Lima Norte (y, sin duda, Lima Central) han podido ir «acumulando» riqueza. Es decir, con el paso del tiempo, al ir satisfaciendo una necesidad (por ejemplo, una vivienda completamente construida), han dedicado sus recursos a la satisfacción de otras.

El poder económico de Lima Conurbana

En los puntos anteriores se ha dicho que, si bien el valor absoluto de los ingresos de las familias de Lima Conurbana puede parecer escaso, los ingresos netos o su capacidad de gasto no necesariamente son tan bajos.

Una prueba de que los pobladores de las zonas supuestamente más «pobres» de Lima Metropolitana pueden gastar más de lo que se creería se obtiene al analizar la relación existente entre gasto y ahorro en las familias de Lima Conurbana. Si las familias de Lima Conurbana (Lima Norte, Lima Sur y Lima Este) fueran extremadamente pobres, como se supone, su capacidad de ahorro debería ser nula. Vemos que ello no es así y, por el contrario, la capacidad declarada de ahorro es muy homogénea en toda Lima Metropolitana.

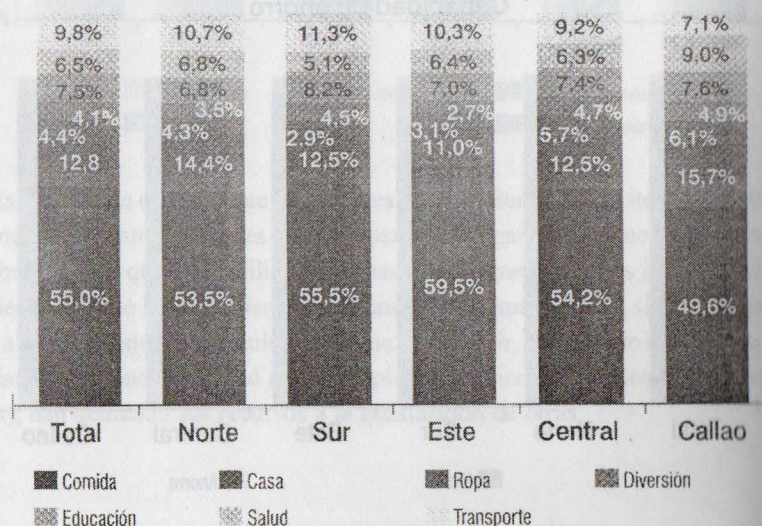
Cuadro 37
Capacidad de ahorro



Una conclusión similar se puede alcanzar analizando la distribución del gasto en las familias. La lógica nos dice que si una familia está en extrema pobreza (como hasta hace no mucho tiempo se pensaba sobre las familias de Lima Conurbana), uno de los primeros rubros del consumo que sería sacrificado sería el de la diversión.

En el cuadro siguiente vemos que, aunque la cifra ha disminuido con respecto a años anteriores, efectivamente existe una porción importante del presupuesto destinado al rubro diversión, en Lima Central y en la, supuestamente, muy «pobre» Lima Conurbana. De hecho, quienes han podido darse un paseo nocturno por Lima Norte pueden dar fe de que la diversión es un aspecto muy importante para las familias y, principalmente, los jóvenes de la zona. Sería bueno poner en guardia al lector contra el manido argumento referido a que «los pobres lo son justamente porque se gastan todo su dinero en diversión y alcohol». La mayor parte de datos de este estudio muestra, por el contrario, el gran nivel de esfuerzo diario de esta población.

Cuadro 38
Distribución de gastos



En el cuadro anterior se puede apreciar también lo señalado anteriormente con respecto al lugar de labores y al efecto negativo que experimenta el trabajador de Lima Conurbana al trasladarse diariamente a Lima Central: el gasto en transporte, como porcentaje del gasto, es mayor. En otras palabras, si los pobladores de Lima Conurbana pudieran trabajar en sus respectivas zonas y, además, existiera en ellas un nivel de servicios similar al de Lima Central (ambos aspectos gracias a una mayor presencia de empresas en la zona), el gasto en transporte disminuiría en por lo menos 1,5 por ciento del presupuesto total, lo cual podría aplicarse directamente al gasto en los servicios y bienes que se le acerquen.

La mujer limeña: trabajadora, práctica e independiente

Ya en varios puntos del libro se ha hecho referencia a la importancia del rol de la mujer en esta Lima del siglo XXI, no solo en su posición de ama de casa, sino también en lo que se refiere a su aporte en el desarrollo de la sociedad.

Se vio antes que un factor clave para el incremento de los niveles de empleo en Lima Metropolitana y, en particular, en las zonas de Lima Conurbana, en especial en Lima Sur y Lima Este, es sin duda el aporte de la mujer: ama de casa y trabajadora fuera del hogar a la vez.

En Lima Este, por ejemplo, más de la mitad de las amas de casa tiene un trabajo aparte del que realizan en el cuidado de su propio hogar. En Lima Sur, ocurre una situación similar: las mujeres de Estilo de Vida moderno alcanzan el 43 por ciento.

Además, más del 70 por ciento de las amas de casa que trabajan en Lima Conurbana lo hace de forma independiente, y cerca del 35 por ciento de ellas lo hace dentro de su propia vivienda. Como se menciona en previos análisis dentro del libro, en Lima Norte, la zona más consolidada de las pertenecientes a Lima Conurbana, los niveles de empleo de las amas de casa son parecidos a los de sus símiles en Lima Central, es decir, más bajos que en los de las otras «Limas». Todo este potencial laboral, sumado a que para muchos sectores de la economía el ama de casa es el público objetivo principal, justifica plenamente que a continuación se muestre un análisis específico de las amas de casa de Lima:

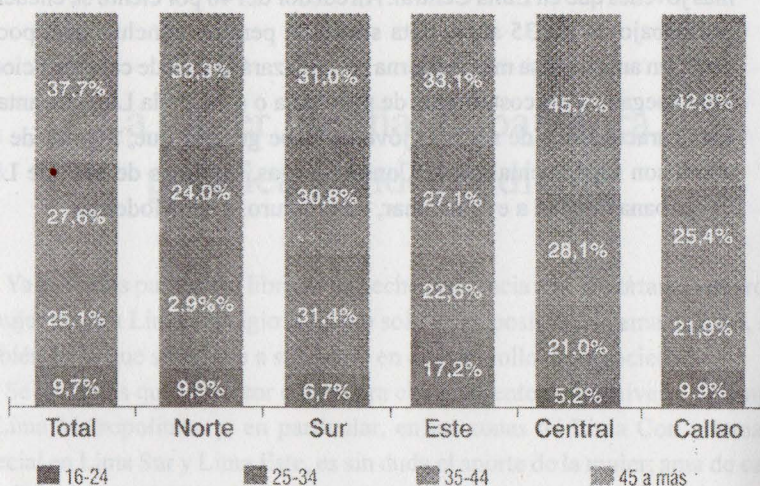
• Productivas

Según la segmentación por Estilos de Vida, son los segmentos de Conservadoras y Modernas los preponderantes en las amas de casa de Lima Conurbana. El porcentaje de mujeres Modernas, aquellas que buscan conjugar su papel de madre con el de mujer actual y proveedora del hogar, es mucho mayor en Lima Conurbana que en Lima Central y el Callao.

• Jóvenes

Como es de esperar, las amas de casa de Lima Conurbana son en promedio más jóvenes que en Lima Central. Alrededor del 40 por ciento se encuentra por debajo de los 35 años. Esta situación permite concluir que, poco a poco, un ama de casa más moderna reemplazará al ama de casa tradicional, muy apegada a las costumbres de provincia o a las de la Lima de antaño. Esta característica de ser más jóvenes debe generar que, a pesar de que ahora son fundamentalmente Conservadoras, las amas de casa de Lima Conurbana tiendan a evolucionar, en el futuro, a ser Modernas.

Cuadro 39
El ama de casa: edad

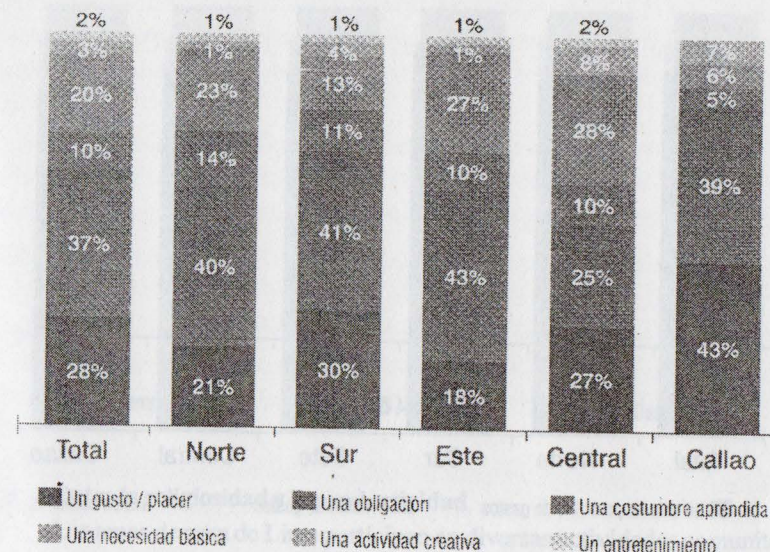


• **Cada vez menos amantes de la cocina**

La cocina no es para la mayoría de amas de casa una experiencia agradable, sino, por el contrario, una obligación, una necesidad básica o una costumbre. Incluso entre las actuales amas de casa Conservadoras, cocinar no necesariamente es placentero, como sí lo fue quizá para muchas de sus mamás o abuelas.

Además, se aprecia que en las zonas más antiguas de Lima Metropolitana, sobre todo en el Callao, existe más interés por la cocina que en las zonas de Lima Norte y Lima Este. Acaso esto último confirma aquella modernidad de la que se hacía referencia en la forma de ver la vida de los jóvenes limeños de Lima Conurbana.

Cuadro 40
Para ellas, la cocina es...



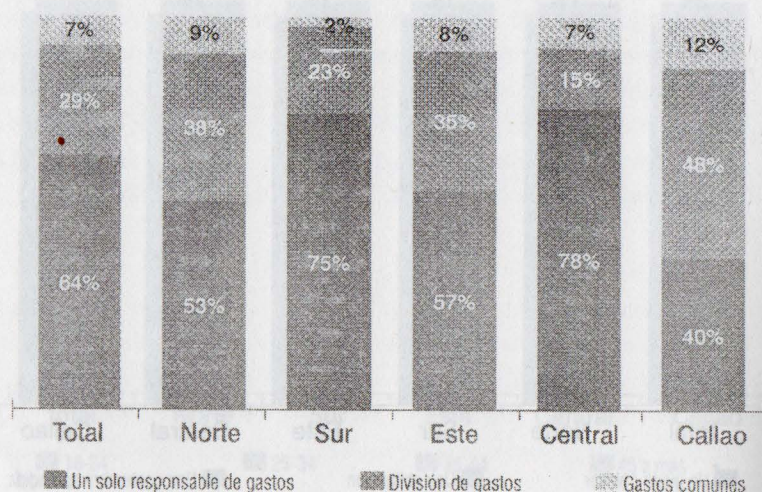
• **Más independientes de la pareja**

La relación autoritaria de pareja parece estar cambiando radicalmente en Lima Metropolitana.

De este modo, en la mayoría de familias en las que la mujer trabaja, el ingreso se administra de manera conjunta. Parece ser que el sistema por el cual el ama de casa recibe «el diario» de manos del marido está condenado a desaparecer. Solamente en el 7 por ciento de los casos hay un solo responsable de gastos, y este no es siempre el hombre.

Este hecho eventualmente irá generando nuevos intereses de consumo, enfocados solo en la mujer como tal, de modo independiente de los requerimientos del hogar y de su condición de ama de casa.

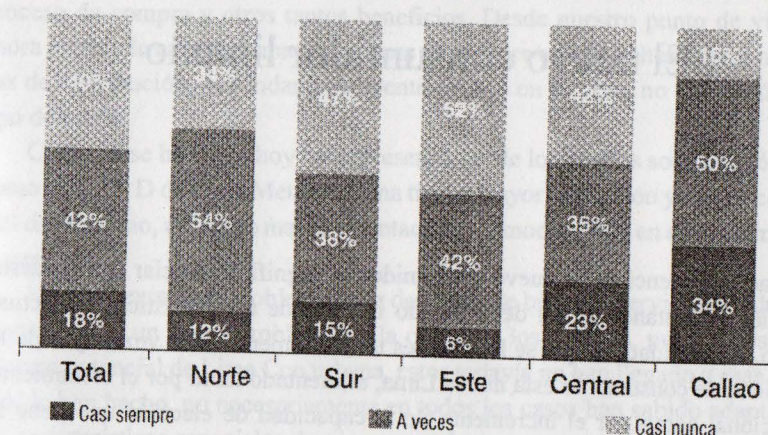
Cuadro 41
Repartiéndose el gasto con el marido



• **Entre un look natural y la «magia» del maquillaje**

El uso cotidiano del maquillaje no es la norma en las amas de casa de la Lima Conurbana. Esto es un poco más frecuente en Lima Central, especialmente en el Callao, que muestra así su carácter diferente al resto de Lima Metropolitana. Sorprende encontrar que el uso corriente de maquillaje sea inverso al de la cantidad de mujeres que declaran trabajar, lo que haría suponer que se trata mayoritariamente de trabajos de poco intercambio social.

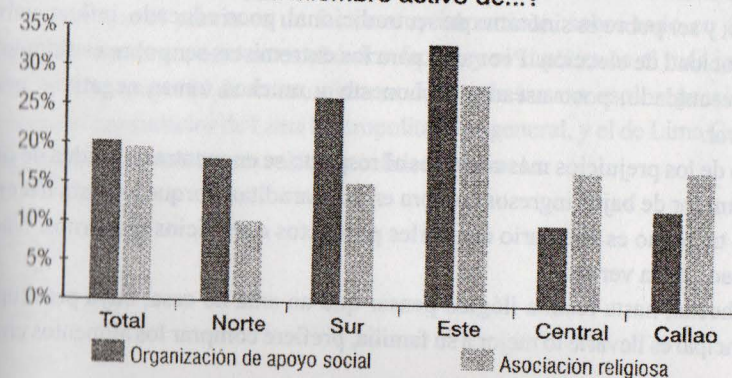
Cuadro 42
Look natural



• **Entre la religiosidad y la productividad**

Las amas de casa de Lima participan en diversas actividades comunitarias. Mientras las limeñas clásicas y las chalacas lo hacen mayoritariamente a nivel religioso, las amas de casa de Lima Conurbana trabajan más en organizaciones de apoyo social. Esto se observa claramente en la existencia de muchos comedores populares y asociaciones de defensa dirigidas por mujeres, entre las que sin duda la más representativa fue María Elena Moyano, en Villa El Salvador.

Cuadro 43
¿Es miembro activo de...?



El nuevo consumidor limeño

Hacer referencia a un nuevo consumidor no significa apreciar una supuesta aparición espontánea de un determinado número de características del actual limeño. En realidad, lo que se ha visto es un crecimiento cada vez mayor de la capacidad de consumo de esta nueva Lima, alimentado tanto por el crecimiento poblacional como por el incremento de la capacidad de elección que tiene la población.

Como se ha dicho anteriormente, el analizar Lima Conurbana solo desde una perspectiva económica ha hecho que muchas veces se piense que el consumidor de algunas zonas no estaría interesado en formas de consumo modernas. Se asume así que las personas de menores ingresos, al no tener la misma capacidad económica que los niveles A o B, no sabrían valorar ni desearían obtener productos de calidad o de modernidad. Se ha limitado así el análisis socioeconómico al de simple análisis económico, y se ha quitado gran parte de su riqueza explicativa.

Si bien esta no es la visión de los creadores de la segmentación socioeconómica allá por los años 50 en los países desarrollados (donde hoy se usa relativamente poco), en nuestros países los usuarios de esa clasificación generalmente tienden a análisis altamente reduccionistas y sesgados. Para ellos, ser C, D o E significa ser pobre, y ser pobre es sinónimo de ser tradicional, poco educado, influenciado y sin capacidad de elección. Peor aún, para los extremistas ser pobre es sinónimo de ser descuidado, poco aseado, deshonesto y muchos temas negativos más. Grave error.

Uno de los prejuicios más comunes al respecto se encuentra en la idea de que el consumidor de bajos ingresos compra en la «paradita» porque le gusta hacerlo y, por lo tanto, no es necesario ofrecerles productos o servicios modernos. Nada más alejado de la verdad.

De hecho, hasta resulta ilógico pensar que un ama de casa, cuya preocupación principal es llevarle lo mejor a su familia, prefiere comprar los alimentos en un

lugar que, generalmente, no destaca por su higiene frente a una alternativa que, además de limpieza, le ofrece seguridad, garantía de peso exacto, comodidad en el proceso de compra y otros tantos beneficios. Desde nuestro punto de vista, si ahora el ama de casa de Lima Conurbana no compra en estas alternativas modernas de distribución, es fundamentalmente porque en su zona no existe aún este tipo de oferta.

Como ya se ha visto, hoy los representantes de los niveles socioeconómicos como el C y el D de Lima Metropolitana tienen mayor educación y mayor capacidad de consumo, así como mayor orientación a la modernidad en el consumo que la pensada.

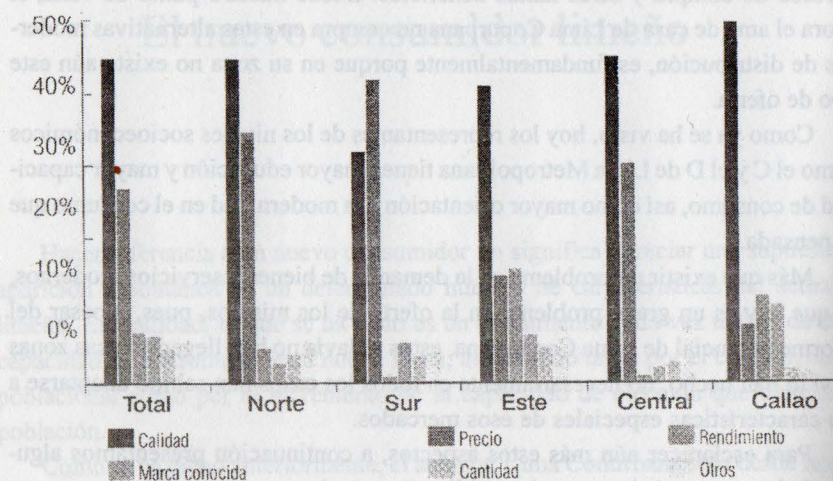
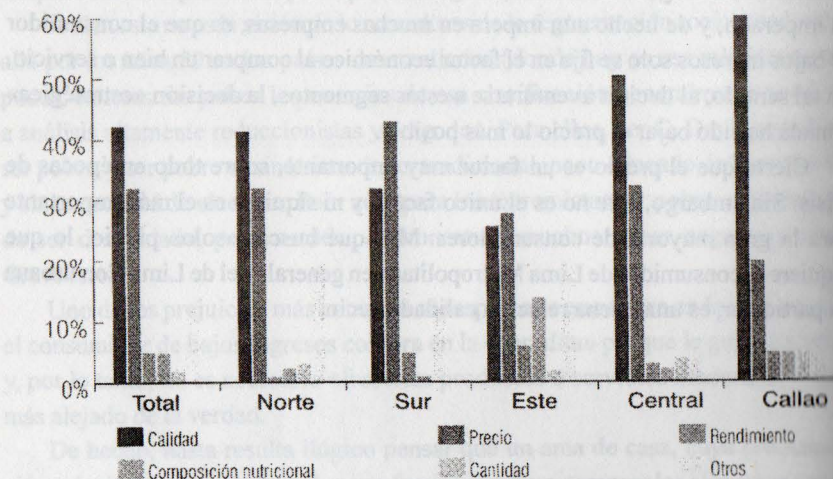
Más que existir un problema en la demanda de bienes y servicios modernos, lo que hay es un grave problema en la oferta de los mismos, pues, a pesar del enorme potencial de Lima Conurbana, estos todavía no han llegado a esas zonas o, si lo han hecho, no necesariamente en todos los casos han sabido adaptarse a las características especiales de esos mercados.

Para esclarecer aún más estos aspectos, a continuación presentamos algunas de las características que tiene el limeño actual como consumidor:

«Yo quiero calidad y precio justo»

Uno de los aspectos en los que el análisis del consumidor de Lima Conurbana ha estado más sesgado es el referido al tema del precio. La idea que normalmente ha imperado, y de hecho aún impera en muchas empresas, es que el consumidor de bajos ingresos solo se fija en el factor económico al comprar un bien o servicio. En tal sentido, al decidir aventurarse a estos segmentos, la decisión «estratégica» tomada ha sido bajar el precio lo más posible.

Cierto que el precio es un factor muy importante, sobre todo en épocas de crisis. Sin embargo, este no es el único factor, y ni siquiera es el más importante para la gran mayoría de consumidores. Más que buscar «solo» precio, lo que requiere el consumidor de Lima Metropolitana en general, y el de Lima Conurbana en particular, es una buena relación calidad-precio.

Cuadro 44
Atributos buscados en productos no alimenticios

Cuadro 45
Atributos buscados en productos alimenticios


En la compra de alimentos y productos no alimenticios (higiene, limpieza para el hogar), con la excepción de Lima Sur, la calidad es lo más importante. Luego, en segundo lugar, aparece el tema económico. En el caso de Lima Sur, la zona de menor ingreso, el precio sí resulta más importante, pero, en segundo lugar, muy cerca, aparece nuevamente la calidad del producto.

La búsqueda de la mejor relación calidad-precio se explicaría sobre todo porque la disponibilidad limitada de un monto de dinero exige lograr el mayor rendimiento posible con este, ya que no habrá una segunda oportunidad. Por lo tanto, estas personas tratarán de buscar la mejor calidad posible dentro de los límites que le impone su ingreso disponible.

Para ponerlo con un ejemplo, imaginemos la compra de un *jean* por parte de un joven de Lima Conurbana, un consumidor «pobre», según los criterios económicos tradicionales. Desde esta perspectiva, el joven recorrerá muchas tiendas hasta encontrar el *jean* más barato del mercado y lo comprará. Falso. Suponiendo que el joven en mención disponga de treinta nuevos soles para la compra del *jean*, lo más probable es que, dentro de este límite de los treinta nuevos soles, busque el *jean* que le ofrezca la mejor calidad, el cual no necesariamente será el más barato.

Ahora, la pregunta que surgirá en el hábil lector es: ¿Qué es calidad para este joven? La respuesta no es sencilla y, en esencia, depende del Estilo de Vida del muchacho. Calidad puede ser sinónimo de duración, de moda o de comodidad. Al margen de qué signifique calidad para el joven, algo que sin duda debemos conocer es que en la decisión de compra debe primar un criterio calidad-precio, más que un criterio de solo precio.

Quizá esta preferencia por la calidad-precio -y no solamente por el precio- se comience a evidenciar en los cambios que, como veremos más adelante, ya ocurren en las preferencias del consumidor por las distintas opciones de sistemas de distribución. Frente a las alternativas tradicionales como el mercado de barrio, la bodega o el «chino de la esquina», el consumidor poco a poco está prefiriendo las opciones modernas, como el supermercado, que, aparentemente, tiene la mejor relación calidad-precio en su oferta.

Principales ventajas	
de la bodega	del supermercado
Cercanía	Variedad
	Ofertas (precio)
	Productos (calidad)
	Seguridad
	Higiene / comodidad
	Servicio
Principales desventajas	
de la bodega	del supermercado
Precios altos	Lejanía
Poca variedad	
Peso no exacto	
Productos vencidos	

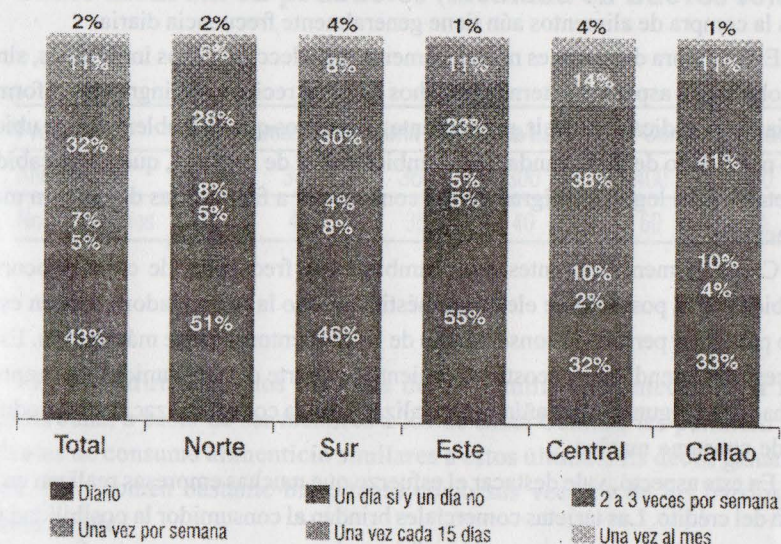
En el caso de las bodegas, el ama de casa percibiría que paga más de lo que recibe. En los supermercados, por el contrario, el beneficio recibido justificaría el precio pagado, pues el precio aparecería con muy pocas menciones como desventaja, en el análisis realizado por las responsables de la compra de productos para el hogar.

Lo interesante de esta situación es que los propios bodegueros o dueños de puestos de mercado se estarían dando cuenta de las ventajas (o, se podría decir, de la necesidad urgente) que significaría para ellos el brindar un mejor servicio a sus clientes, mejorando así la relación calidad-precio de su oferta.

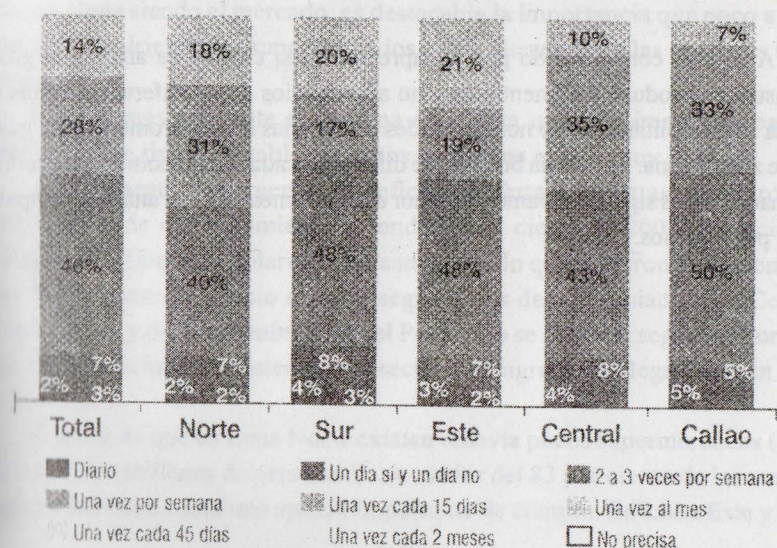
«Vamos a hacer las compras de la semana»

La compra diaria de productos aún sigue siendo la tendencia más importante de los consumidores de Lima Conurbana, pero es destacable el crecimiento que habría tenido en los últimos años la proporción de hogares que realiza las compras de manera semanal.

Cuadro 46
Frecuencia de compra de productos alimenticios



Cuadro 47
Frecuencia de compra de productos no alimenticios



Dicho proceso de cambio en la frecuencia de compra estaría sucediendo de manera paulatina y se nota sobre todo en la compra de productos no alimenticios, pues la compra de alimentos aún tiene generalmente frecuencia diaria.

Esta compra diaria no es necesariamente una elección de los individuos, sino que obedece a aspectos externos (muchos de ellos reciben sus ingresos en forma diaria o esporádica). Es decir, nuevamente afirmamos que el problema no se ubica solo por el lado de la demanda, sino también por el de la oferta, que no ha sabido adaptarse para lograr la migración del consumidor a frecuencias de compra más espaciadas.

Como se mencionó antes, este cambio en la frecuencia de compra ocurre también por la posesión de electrodomésticos como la refrigeradora, que en este caso particular permite la conservación de los alimentos durante más tiempo. Este proceso de aprendizaje y acostumbramiento por parte del consumidor ya es aprovechado por algunas compañías especializadas en la comercialización de productos de consumo masivo.

En este aspecto, vale destacar el esfuerzo que muchas empresas realizan en el tema del crédito. Las tarjetas comerciales brindan al consumidor la posibilidad de comprar semanalmente, a pesar de recibir sus ingresos con una mayor frecuencia y en menores montos.

«Dicen que soy pobre pero como como rico»

A su vez, corroborando previas apreciaciones, cuando se analiza el gasto mensual en productos alimenticios y no alimenticios de las diferentes zonas de Lima Metropolitana, no se notan grandes diferencias en los promedios de gasto entre zona y zona. Es más, la brecha que diferencia cada sector, como se aprecia en el cuadro 47, es significativamente menor a la que tenemos en el análisis comparativo por ingresos.

Cuadro 48

Gasto mensual en productos (mediana en nuevos soles)

Productos	Total	Lima Norte	Lima Sur	Lima Este	Lima Central	Callao
Alimenticios	380	340	360	300	400	400
No alimenticios	40	40	35	40	60	40

Esto confirma que los ingresos de las familias pertenecientes a Lima Conurbana, a pesar de ser menores a los de Lima Central, les permiten tener niveles de consumo alimenticio similares a estos últimos. Es decir, ganan menos, pero comen bastante bien, tanto como sus vecinos de los barrios más tradicionales.

«Comadre... ¿ha ido al nuevo supermercado?»

Si bien el lugar de compra de productos alimenticios y no alimenticios más común sigue siendo el mercado, es destacable la importancia que poco a poco han ido adquiriendo los supermercados como alternativa a las opciones tradicionales.

Esto es más relevante si se toma en cuenta que en Lima Conurbana la oferta de este tipo de establecimientos modernos es aún muy limitada.

Sin embargo, al margen de la deficiente oferta, las ventas de centros comerciales y de entretenimiento ascendieron al cierre de 2003 a setecientos cincuenta millones de dólares americanos, con lo que lograron un incremento del 30 por ciento respecto a 2002, según datos de la Asociación de Centros Comerciales y de Entretenimiento del Perú. Ello se debería, según esta organización, al crecimiento sostenido del sector y al ingreso de Mega Plaza en Lima Norte.

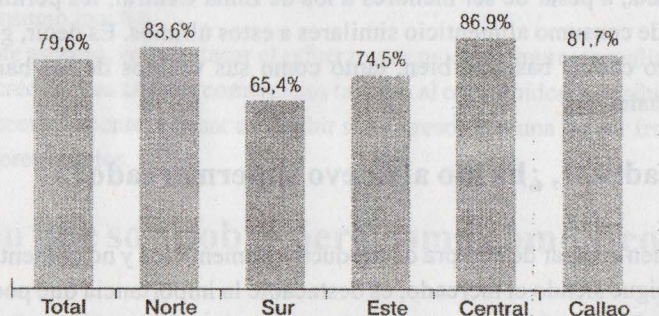
A pesar de que en Lima Norte existen todavía pocos supermercados (¡para cerca de dos millones de personas!), alrededor del 83 por ciento de las amas de casa ya los tiene como una opción importante de compra. En Lima Este y Lima

Sur, el análisis es aún más dramático, pues teniendo menos supermercados, la penetración de la categoría se manifiesta en el 87 y el 67 por ciento, respectivamente.

Si bien la frecuencia con la que el consumidor de Lima Conurbana acude al supermercado es mejor a la observada en Lima Central (es difícil que el ama de casa se traslade diaria o semanalmente a grandes distancias para realizar sus compras), debe remarcarse que el simple hecho de llegar a ellos le permite tener desde ese momento un punto de comparación respecto a la calidad y al servicio recibido en otro tipo de establecimientos.

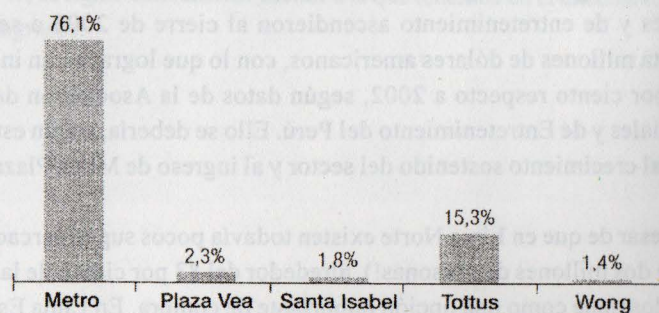
Cuadro 49

¿Va a supermercados? (al margen de la frecuencia con la que va)



Cuadro 50

Lima Norte: ¿en qué supermercado suele usted realizar sus compras con mayor frecuencia?



En ese sentido, a diferencia de lo que ocurría hace no muchos años, hoy el consumidor ya conoce lo que es un supermercado y ha podido experimentar los beneficios que de manera general brindan este tipo de ofertas modernas. Este conocer y poder comparar permite que, poco a poco, él mismo se haya educado como consumidor, volviéndose cada vez más exigente e incluso conocedor de sus derechos.

Cuadro 51

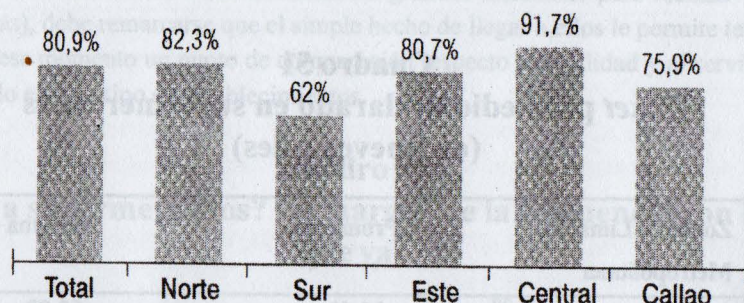
Ticket promedio declarado en supermercados (en nuevos soles)

Zonas de Lima Metropolitana	Promedio	Mediana
Lima Metropolitana	85,60	60,00
Lima Norte	77,20	60,00
Lima Sur	89,10	65,00
Lima Este	82,70	60,00
Lima Central	93,70	70,00
Callao	78,90	50,00

Algo similar ocurre con los centros comerciales, pues, a pesar de ser menos comunes aún, los pobladores de Urna Conurbana sí hacen uso de ellos, estén ubicados o no en la zona en la que habitan. Por ejemplo, hasta hace unos años, debido a que en Lima Sur no existía una alternativa de este tipo, la gente de esa zona acudía los fines de semana a las salas de cine de Larcomar o del Jockey Plaza.

Debe señalarse, sin embargo, que la falta de experiencia con esos formatos hace que mucha gente señale que los autoservicios Metro son centros comerciales, quizá porque permiten hacer ahí todo lo que se supone que uno puede realizar en un centro comercial: comer, comprar, pasear con la familia o llevar a los niños a los juegos. Es decir, a pesar de no ser estrictamente un centro comercial, Metro es considerado por los consumidores como tal, pues, ante la falta de una oferta adecuada, esta cadena ha sabido suplir las necesidades del consumidor de la zona. y, dicho sea de paso, lo habría hecho muy bien, puesto que, por ser el primero en llevar a la zona un buen servicio, los Índices de lealtad (e incluso «carifio») mostrados hacia la cadena son muy elevados.

Cuadro 52
Va a centros comerciales



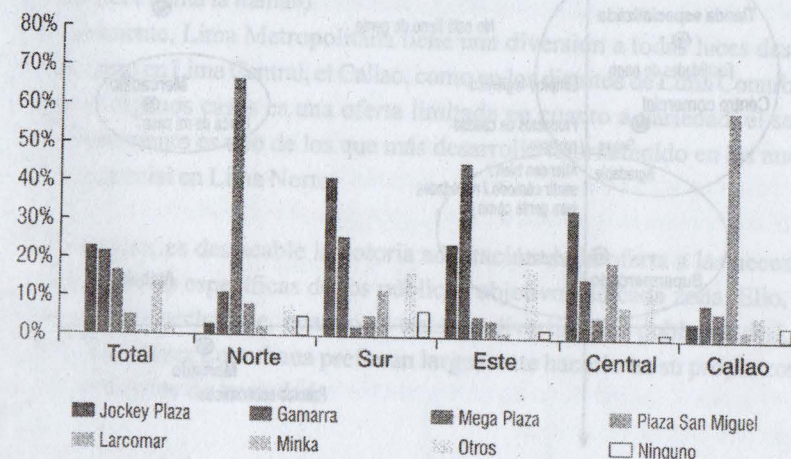
La tan sonada apertura del Centro Comercial Mega Plaza, ubicado en una zona de litigio distrital (que muestra la importancia del centro comercial para los municipios), hicieron que las cifras de asistencia variasen considerablemente de 2002 a 2003, sobre todo en el caso específico de Lima Norte. Lo interesante de este proyecto es que, más que haberle quitado mercado a otras zonas comerciales de la ciudad, como San Miguel, lo que habría conseguido es justamente hacer crecer el mercado total. Es decir, lo que ha logrado (y estaría logrando) el proyecto es hacer que gente que antes no acudía a centros comerciales ahora lo haga normalmente.

Este hecho tiene lógica si recordamos que en Lima Norte habitan cerca de dos millones de personas, y escasos centros comerciales allí pueden ser insuficientes frente a los estándares internacionales del rubro, como en el caso del recientemente inaugurado Plaza Norte.

Mega Plaza se convirtió rápidamente en el principal centro comercial para la población de Lima Norte, con un atractivo que ha influenciado inclusive a los consumidores de Lima Central, Lima Este y el Callao. Sin duda, proyectos como Mega Plaza van a hacer que las cosas cambien en Lima Norte y, como lo mencionáramos antes, que el proceso de modernización de la zona y del propio consumidor se acelere considerablemente. En el caso del consumidor, por la experiencia que va adquiriendo con estos formatos de consumo modernos. Si bien durante años Mega Plaza fue «el centro» comercial de la zona, su presencia incentivó la

apertura de otros negocios en los alrededores. Para muestra, recordemos todo el desarrollo que ha tenido la avenida La Marina por la influencia del Centro Comercial Plaza San Miguel.

Cuadro 53
¿A qué centro comercial va con más frecuencia?

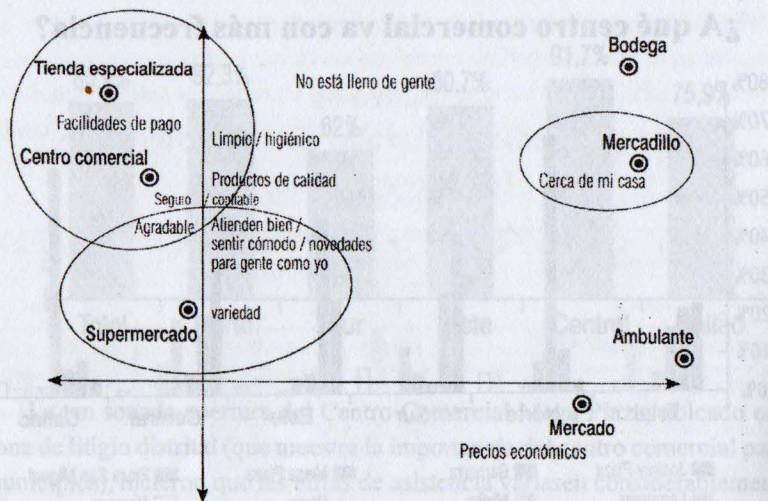


La influencia de los nuevos sistemas de distribución en Lima Conurbana aparentemente está creando un cambio importante en las preferencias por la manera de comprar de los limeños.

El cuadro 54 muestra cómo las amas de casa de Lima Norte consideran a cada uno de los sistemas de distribución existentes en su zona. Allí se observan estos sistemas de distribución y los atributos que las amas de casa consideran más cercanos a ellos. A mayor cercanía del atributo, mayor creencia que el sistema señalado (supermercado, bodega, tienda especializada) tiene más de ese atributo. Se ve, entonces, que los sistemas tradicionales, como las bodegas, tienen como único atributo importante, cercano y diferenciador el estar cerca de la casa y no tener mucha gente, mientras que los ambulantes y los mercados son fundamentalmente lugares de precios económicos. Todos los otros aspectos positivos, como calidad, higiene, variedad o comodidad, están relacionados directamente con los sistemas modernos, lo que muestra que, de haber mayor oferta de estos, serán altamente preferidos por los pobladores.

Cuadro 54

Lima Norte: posicionamiento de los sistemas de distribución



Quizá por esta razón los mercados tradicionales y las bodeguitas han comenzado a mejorar su servicio, ofreciendo mejoras en limpieza, presentación, dando servicio de entrega a domicilio (*delivery*) y otras facilidades. Sin duda, el mayor cambio de interés de los compradores se observa en el éxito que tiene el multimercado Minka, que es una especie de mixtura entre los mercados tradicionales y los centros comerciales modernos, pues brinda a sus usuarios lo mejor (para ellos) de ambos sistemas.

«Yo me juegueo por mi zona»

Hasta hace unos años la mayoría de centros de diversión -sobre todo nocturna- se encontraban en Lima Central, ya sea en Lima Cercado, Miraflores o barrios similares. Posteriormente se hizo grande la zona de la avenida La Marina, que, por su ubicación estratégica, congregaba a los jóvenes que confluían de todas las «Limas». Durante un buen tiempo, esta zona fue el *point* o punto de encuentro de los jóvenes limeños.

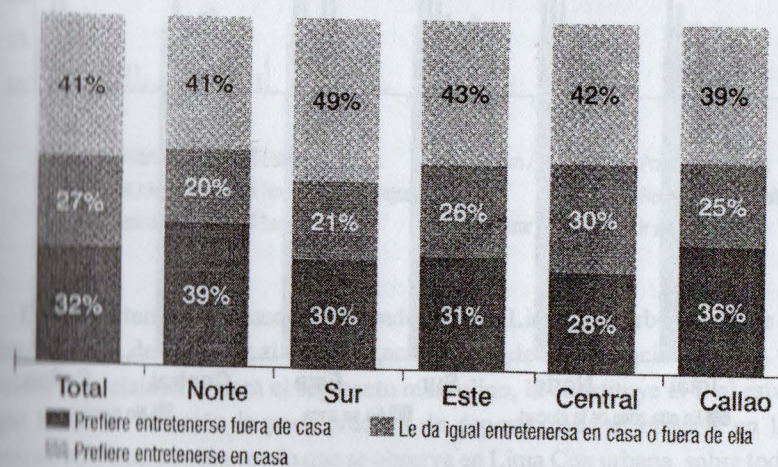
No se sabe si es una casualidad o si existe una relación mayor en que muy cerca de allí estaba el *point* de reunión de los inmigrantes recientes y sus familias, el parque de Las Leyendas, donde se paliaban las nostalgias del terruño, pues se recreaban las diversas regiones del país. En la misma zona se encontraba el lugar de mayor concentración de familias en Lima, las que, al menos una vez al año, asistían a la Feria del Pacífico, con sus variantes de la Feria Internacional y la Feria del Hogar («Te llama la llama»).

Actualmente, Lima Metropolitana tiene una diversión a todas luces descentralizada, tanto en Lima Central, el Callao, como en los distritos de Lima Conurbana. Aunque en algunos casos es una oferta limitada en cuanto a variedad, el sector del entretenimiento es uno de los que más desarrollo habría tenido en las nuevas zonas, en especial en Lima Norte.

Al respecto, es destacable la notoria adaptación de la oferta a las necesidades y expectativas específicas de los públicos objetivos de cada zona. Ello, por ejemplo, habría hecho que, cuando se trata de divertirse, el poblador de Lima Central y el de Lima Conurbana prefieran largamente hacerlo en su propia zona y no en otros barrios de la ciudad.

Cuadro 55

¿Se entretiene en casa o fuera de ella?



Esto nos recuerda nuevamente que, poco a poco, cada zona de Lima Conurbana empieza a funcionar como una zona autónoma e independiente de Lima Central. La gente vive en la zona, trabaja en la zona, hace sus compras en la zona y, también, se divierte en la zona. Obviamente, mientras más empresas se orienten a ellos, más independientes serán estas regiones de la ciudad de Lima Metropolitana.

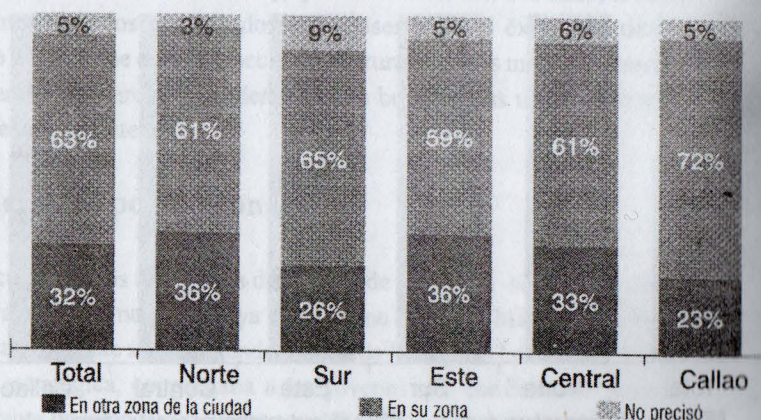
Al respecto., al interior de Lima Conurbana, la zona norte sería la que más opciones ofrecería para el entretenimiento..

Por ejemplo., en Lima Norte se pueden encontrar discotecas que nada tienen que envidiar a los centros nocturnos de los distritos centrales, ni en tecnología ni en ambiente. Es más, para muchos podrían resultar hasta mejores que ellos. Basta con darse una vuelta por el bulevar El Retablo. e ir a bailar a la discoteca Kapital, quizá la discoteca más grande del Perú, para darse cuenta de ello.. En Lima Sur y Lima Este, también se han desarrollado zonas similares, pero todavía no. llegan a tener la relevancia de la que se viene de señalar.

Tal vez por ello., justamente, son los jóvenes de Lima Norte quienes están más contentos con su zona (mientras que los adultos no. necesariamente lo. están) y, por el contrario, en Lima Sur son los adultos los más satisfechos con su respectiva área de residencia.

Cuadro 56

¿Se entretiene en su zona o fuera de ella?

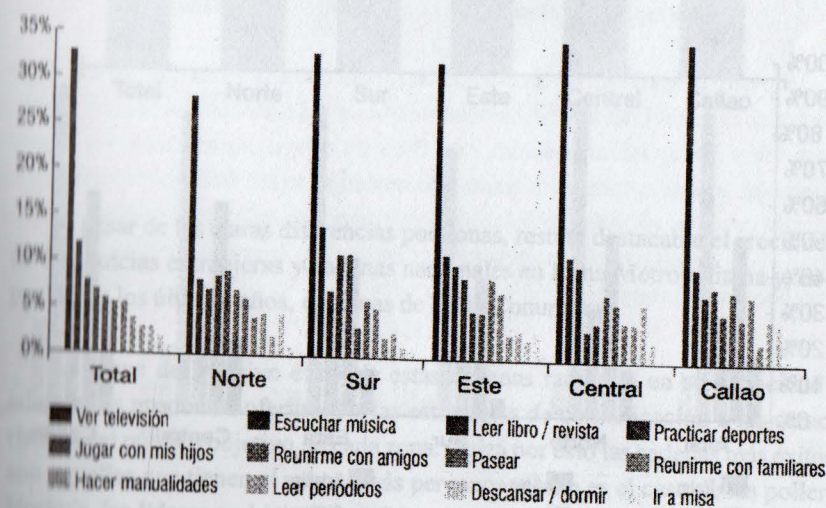


Congruente con lo expuesto, es notorio un gran potencial de desarrollo en el sector del entretenimiento, sobre todo en las zonas sur y este de la ciudad, las cuales aún no tienen un desarrollo equiparable a las demás. Todo esto, por supuesto, recordando que venimos refiriéndonos a una Lima Conurbana particularmente joven.

En cuanto a los tipos de entretenimiento, ver televisión constituye la actividad preferida en toda Lima. Eso explica quizá la creación de una cultura de masas uniforme en la ciudad, ya que todos sus habitantes están expuestos al mismo tipo de estímulos (por lo menos antes de la diferenciación del acceso que empezó a imponer el cable). La importancia de los medios de masa se confirma al saber que la segunda actividad recreativa es escuchar música.

Cuadro 57

¿Qué hace en su tiempo libre?

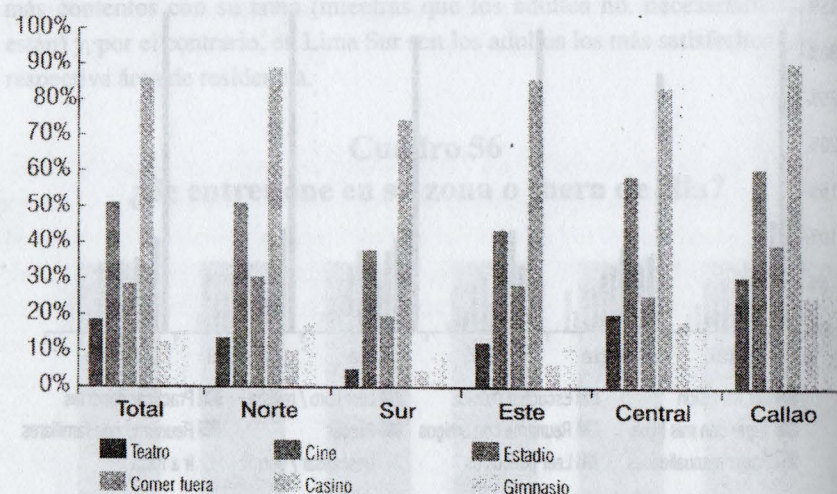


Destacan también algunas otras tendencias en Lima Conurbana, donde salir a comer fuera de casa e ir al cine son actividades de importancia singular. Otra opción, especialmente para el segmento masculino, la constituye el ir al estadio. Aquí llama la atención la poca práctica de deportes que se observa en Lima Central, en comparación con lo que se observa en Lima Conurbana, sobre todo en Lima Sur. Seguramente, ello se debe a la «vejez» relativa de las zonas centrales de

la ciudad frente a Lima Conurbana.

La actual falta de variedad de oferta en parte de Lima Conurbana se nota claramente en la asistencia al cine, que es bastante mayor en las zonas donde existe una oferta conveniente, como es el caso de Lima Central, el Callao y, más recientemente, en Lima Norte. En Lima Este y Lima Sur, donde la oferta moderna es insuficiente en este aspecto, la concurrencia a estos lugares es significativamente menor. La menor oferta tangible de estos sitios de entretenimiento no constituye un impedimento total para sus pobladores, pues una buena parte de limeños de las mencionadas zonas suelen acudir a cines o centros comerciales de zonas centrales como el Jockey Plaza o Larcomar.

Cuadro 58
¿Dónde suele ir?

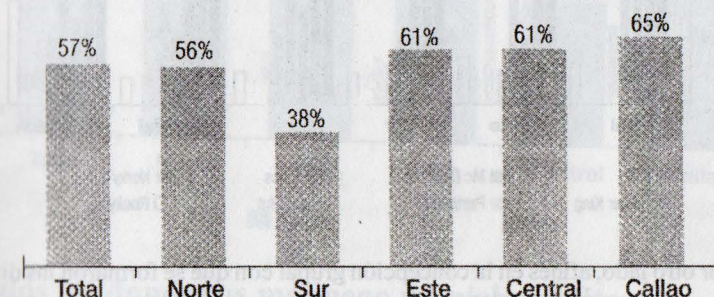


«¿Vamos al East Food o a la pollada?»

Otro cubro de negocios que ha experimentado un interesante desarrollo es el de restaurantes y, al interior de estos, los de comida rápida (*fast foods*).

Al respecto, Lima Central cuenta con la mayor cantidad de este tipo de establecimientos, pero nuevamente es importante destacar la diferencia observada entre Lima Norte y Lima Sur, la primera con mucho mayor nivel de consumo en estos lugares que la segunda. La causa, una vez más, sería fundamentalmente porque en Lima Sur la oferta es aún limitada.

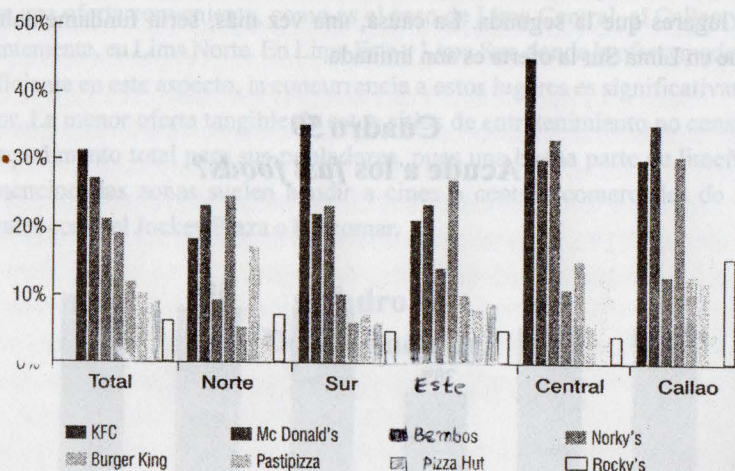
Cuadro 59
¿Acude a los *fast foods*?



A pesar de las claras diferencias por zonas, resulta destacable el crecimiento de franquicias extranjeras y cadenas nacionales en Lima Metropolitana y, en especial, en los últimos años, en zonas de Lima Conurbana.

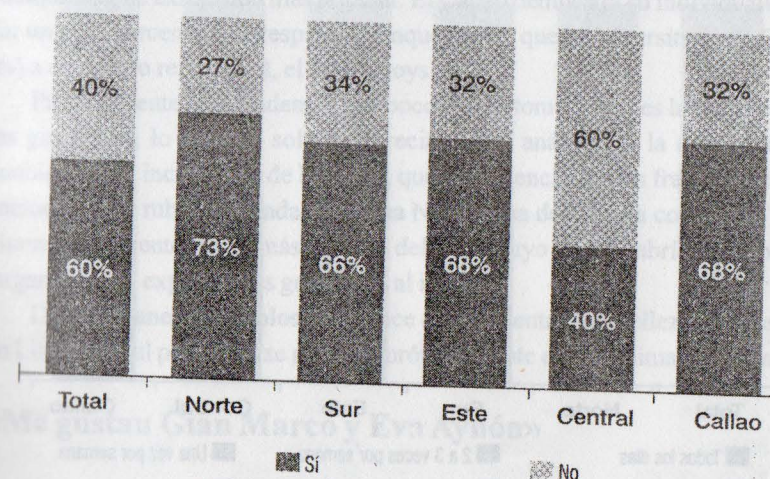
La clave del relativo éxito de estas cadenas radicaría en su capacidad de adaptar los productos ofertados y las estrategias de comunicación a las características del público objetivo de cada zona. Quizá por esto las cadenas más exitosas son aquellas que tienen el sabor «más peruano», como es el caso de las pollerías Norky's, las líderes en Lima Este y Lima Norte, y las hamburguesas de Bembo's, más exitosas que muchas otras cadenas de origen extranjero en Lima Central. Ello ha obligado a algunas franquicias extranjeras a adaptarse, como parece ser el caso de una franquicia especializada en la comercialización de pollos bajo el sistema de comida rápida, que, en sus locales de Lima Norte, combina el pollo frito con arroz o con sus acompañantes clásicas, las papas fritas, las cuales ofrece de manera única en sus locales de Lima Central.

Cuadro 60
¿A qué fast food prefiere ir?



Por otro lado, afines en la concepción grupal con que se formaron las diferentes zonas de Lima Conurbana, se observa que en los distritos que la conforman la costumbre de organizar polladas, con fines de apoyo comunitario o de simple diversión, aún se mantiene vigente. Sin embargo, estos eventos sociales ya no necesariamente son del tipo folclórico y arraigados en lo andino como lo eran antes. Hoy consisten en fiestas donde el ambiente, la música y el consumo son más bien modernos y de perfil citadino.

Cuadro 61
¿Alguna vez organizó una pollada?

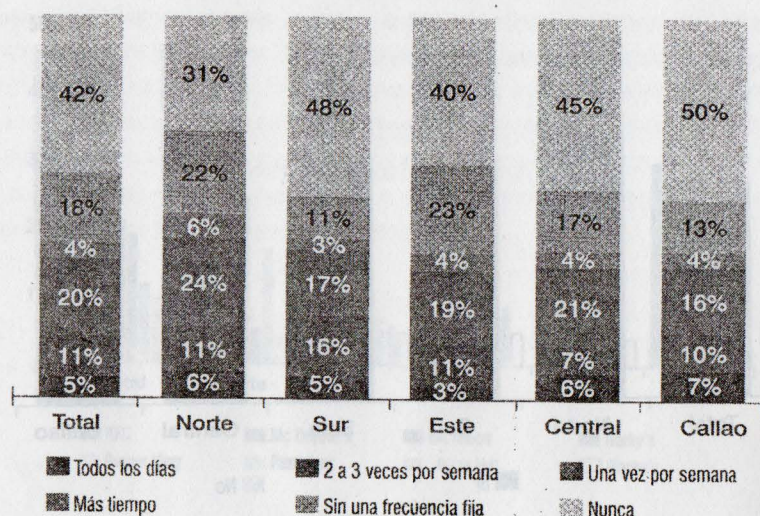


«Todos los domingos me juego mi pichanguita»

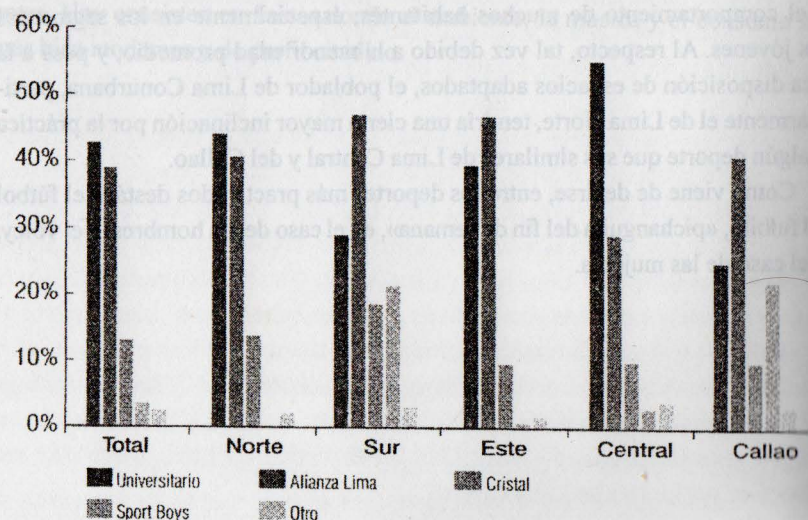
Aunque el limeño no se caracteriza necesariamente por ser un deportista constante, definitivamente la pasión por el fútbol tiene una importante influencia en el comportamiento de muchos habitantes, especialmente en los segmentos más jóvenes. Al respecto, tal vez debido a la menor edad promedio, y pese a la poca disposición de espacios adaptados, el poblador de Lima Conurbana, particularmente el de Lima Norte, tendría una cierta mayor inclinación por la práctica de algún deporte que sus similares de Lima Central y del Callao.

Como viene de decirse, entre los deportes más practicados destaca el fútbol o el fúlbolo, «pichanguita del fin de semana», en el caso de los hombres, y el vóley, en el caso de las mujeres.

Cuadro 62
¿Con qué frecuencia practica deportes?



Cuadro 63
¿Con qué equipo de fútbol simpatiza?



Si el fútbol despierta pasiones, estas no son uniformes entre las varias «Limas». Mientras Lima Central es hinchas de Universitario de Deportes, el equipo crema, Lima Sur es, mayoritariamente, admiradora de Alianza Lima, el equipo blanquiazul, de extracción más popular. El Callao demuestra su individualidad al dar un gran porcentaje de respaldo (aunque menor que a Universitario de Deportes) a su equipo referencial, el Sport Boys.

Paralelamente, una tendencia que poco a poco toma fuerza es la utilización de los gimnasios, lo cual no solo se aprecia por el análisis de la demanda, sino también por el incremento de la oferta, que se evidencia por las franquicias internacionales del rubro apostadas en Lima Norte. Una de ellas ha construido allí el gimnasio aparentemente más grande del país, cuyo éxito habría sobrepasado largamente las expectativas generadas al inicio.

De esta manera, el explosivo avance de los «centros de belleza a la medida» en Lima Central podría verse repetido próximamente en toda Lima Conurbana.

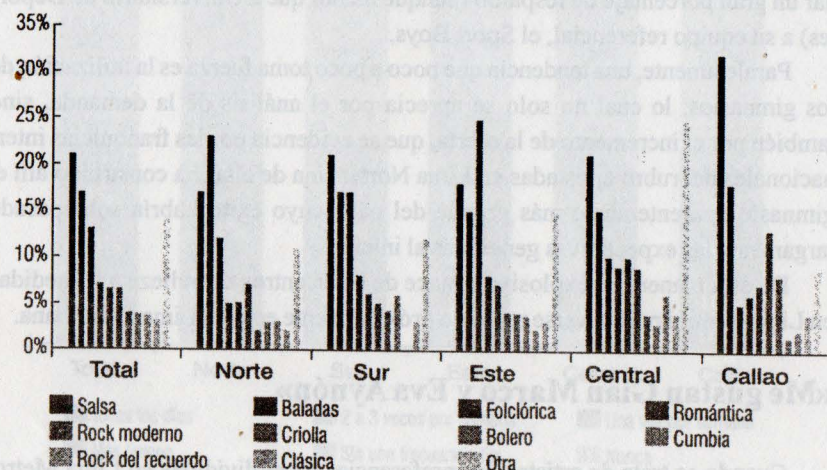
«Me gustan Gian Marco y Eva Aynón»

Cuando se trata de artistas, las preferencias están divididas en Lima Metropolitana, salvo en el caso de Gian Marco y Diego Bertie, para quienes las opiniones a favor son unánimes.

Los resultados de la categoría «cantantes nacionales» en Lima Sur resultan curiosamente demostrativos del proceso de interculturización vivido en Lima Conurbana. Allí es particularmente notoria la cercana valoración que tienen Dina Páucar (folclore) y el grupo Libido (rock), ubicados en los puestos dos y tres de preferencia, respectivamente. Este análisis también nos revela que la música ha evolucionado junto con la ciudad. Mientras los neolimeños pertenecientes a la primera generación (migrantes) se apegaron al huayno, y los de la segunda generación, a la chicha, los jóvenes de la tercera generación se inclinarían por la balada, el rock, el tecno, la cumbia y algo de chicha.

Otro aspecto destacable es que, en todos los casos de cantantes extranjeros,

Cuadro 64
Preferencia por tipo de música



la admiración se define a favor de aquellos de habla hispana, de países como México, España o Colombia.

Para mayor detalle, se ha realizado un análisis de cuáles son los cantantes y actores nacionales y extranjeros más admirados por los habitantes de Lima Metropolitana.

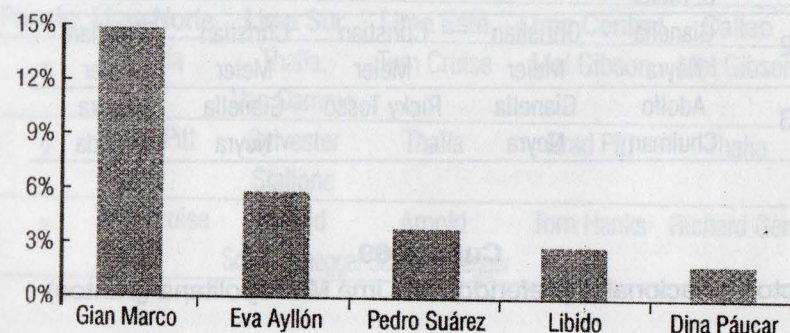
Cantantes nacionales

Entre los cantantes y músicos, Gian Marco es el preferido en todas las zonas de Lima. Eva Ayllón y Pedro Suárez-Vértiz quedan en lugares posteriores. Un análisis total nos muestra que el rock, la balada, el vals y el huayno coexisten amigablemente en esta Lima actual, pues entre Gian Marco y Pedro Suárez-Vértiz se encuentra Eva Ayllón, y al lado de Libido se ubica adecuadamente a Dina Páucar. Claro ejemplo de esta Lima mestiza y variopinta de la que trata este libro.

Cuadro 65
Cantantes nacionales. Preferencia por zona

Puesto	Lima Norte	Lima Sur	Lima Este	Lima Central	Callao
1	Gian Marco	Gian Marco	Gian Marco	Gian Marco	Gian Marco
2	Pedro Suárez	Dina Páucar	Pedro Suárez	Eva Ayllón	Eva Ayllón
3	Eva Ayllón	Libido	Eva Ayllón	Libido	Libido

Cuadro 66
Cantantes nacionales. Preferencia general



Cantantes internacionales

Los más reconocidos son hombres: Luis Miguel, Alejandro Sanz y Ricardo Montaner.

Cuadro 67
Cantantes internacionales. Preferencia por zona

Puesto	Lima Norte	Lima Sur	Lima Este	Lima Central	Callao
1	Luis Miguel	Ricardo Montaner	Luis Miguel	Alejandro Sanz	A. Sanz, Luis Miguel
2	Ricardo Montaner	Shakira	Enrique Iglesias	Luis Miguel	Segundo Rosero
3	Shakira, Segundo Rosero	Julio Iglesias	Julio Iglesias	Ricardo Montaner	Ricardo Montaner

Actores nacionales

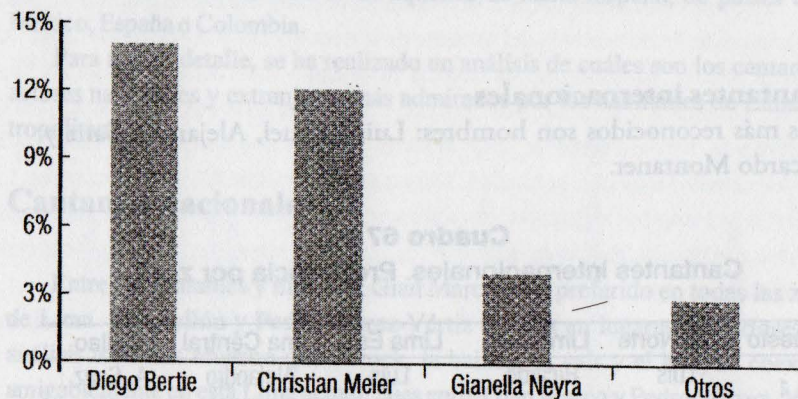
Los más reconocidos son los hombres: Diego Bertie y Christian Meier. Destaca una mujer: Gianella Neyra. Es notable, a su vez, la juventud en todos ellos.

Cuadro 68
Actores nacionales. Preferencia por zona

Puesto	Lima Norte	Lima Sur	Lima Este	Lima Central	Callao
1	D. Bertie, C. Meier	Diego Bertie	Diego Bertie	Diego Bertie	Diego Bertie
2	Gianella Neyra	Christian Meier	Christian Meier	Christian Meier	Christian Meier
3	Adolfo Chuiman	Gianella Neyra	Ricky Tosso	Gianella Neyra	Aurora Aranda

Cuadro 69

Actores nacionales preferidos en Lima Metropolitana (puntos)



Actores internacionales

En este caso, la mayoría son artistas anglófonos, aunque destaca una latina, la actriz y cantante mexicana Thalía. Debe señalarse aquí la gran admiración por los «forzudos» de la pantalla: Sylvester Stallone, Arnold Schwarzenegger y Jean-Claude Van Damme.

Cuadro 70
Actores internacionales. Preferencia por zona

Puesto	Lima Norte	Lima Sur	Lima Este	Lima Central	Callao
1	Thalía	Thalía, Van Damme	Tom Cruise	Mel Gibson	Mel Gibson
2	Brad Pitt	Sylvester Stallone	Thalía	Brad Pitt	Thalía
3	Tom Cruise	Arnold Schwarzenegger	Arnold Schwarzenegger	Tom Hanks	Richard Gere

Impulsadores del desarrollo de las zonas «pobres» de Lima Metropolitana

Muchos son los factores que pueden haber influido en el desarrollo de Lima, sobre todo en Lima Conurbana. Sin duda, buena parte de estos impulsadores del crecimiento se han basado en el propio neolimeño, que con mucho trabajo se ha labrado el futuro desde su llegada a Lima.

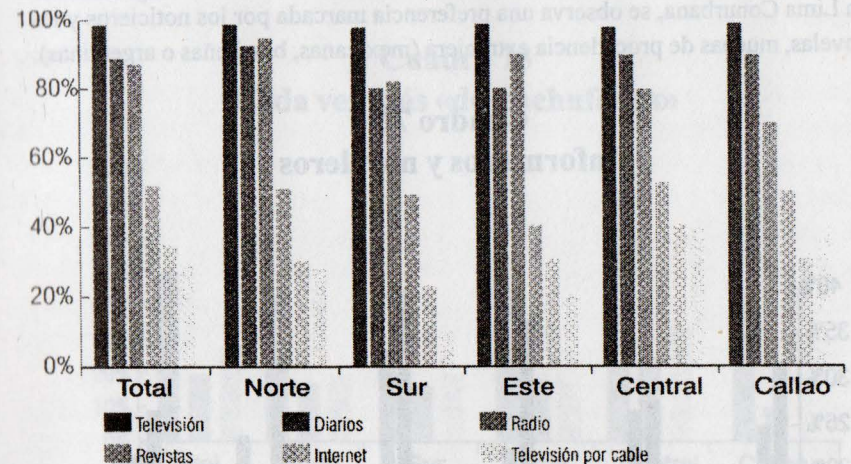
Sin embargo, creemos también que han habido dos factores fundamentales que, de alguna manera, han facilitado la evolución de la ciudad hacia lo que hoy conocemos como Lima Metropolitana: la tecnología en las comunicaciones y el avance de los sistemas de crédito.

«Estamos en contacto»

A diferencia de lo que ocurría hasta hace poco más de una década, los limeños, todos los limeños, están en conexión con el mundo a través de medios de comunicación cada vez más accesibles, rápidos e influyentes.

Casi la totalidad de hogares de Lima Conurbana cuenta con televisor y tiene acceso a la radio. Los diarios, antes restringidos a una minoría por su alto costo, han adquirido un carácter popular, gracias a la aparición de alternativas de cincuenta céntimos de nuevo sol, incluyendo en estas a las serias y a las no tan serias. Más de un tercio de los habitantes de Lima declara tener televisión por cable, seguramente muchos de ellos con conexiones no oficiales. Internet está logrando, a pasos muy acelerados, una penetración cada vez más importante, sobre todo en los segmentos jóvenes de Lima (a la fecha del estudio, el 33 por ciento de los consumidores de Lima Norte mayores de 16 años tiene acceso a la red).

Cuadro 71
Conectados al mundo



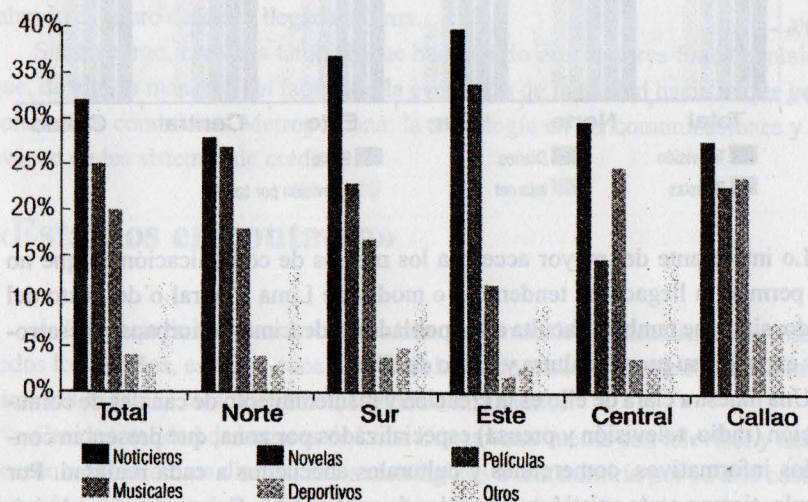
Lo interesante del mayor acceso a los medios de comunicación es que no solo permite la llegada de tendencias o modas de Lima Central o del resto del mundo, sino que también faculta a los pobladores de Lima Conurbana a desarrollar y expandir su propia cultura y Estilo de Vida.

Una muestra clara de ello es la creación y mantenimiento de canales de comunicación (radio, televisión y prensa) especializados por zona, que presentan contenidos informativos, comerciales y culturales adecuados a cada realidad. Por ejemplo, tiempo atrás existió un operador de cable, Cable Express, generado inicialmente para Lima Norte, que poco a poco empezó a tener presencia en otras zonas de la ciudad.

Asimismo, en lo que se refiere al acceso a internet, destaca nuevamente la regla aquella referida a que si la oferta no se adapta a la demanda, esta sola busca el camino. Ante la inicial dificultad de contar con conexión en casa (por el costo del equipamiento en *hard-ware* y línea telefónica), el consumidor vio la solución a través de las cabinas de internet, que abundan en Lima Conurbana, sobre todo en Lima Norte. En ellas se logra un uso bastante económico del correo electrónico, búsqueda de información, conversación en línea (chatear) y también, en muchos casos, se hacen llamadas telefónicas más baratas a parientes en el exterior.

Un producto de este mayor contacto con el mundo son, por ejemplo, las tendencias cosmopolitas apreciadas en el análisis sobre los artistas preferidos y la música que más gusta. En cuanto al tipo de programas de televisión más vistos en Lima Conurbana, se observa una preferencia marcada por los noticieros y las novelas, muchas de procedencia extranjera (mexicanas, brasileñas o argentinas).

Cuadro 72
Informados y noveleros

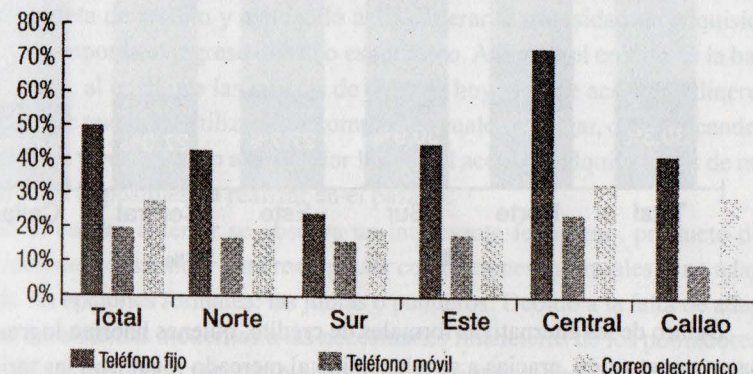


Por otro lado, es importante destacar que la comunicación con el resto de la ciudad y del mundo también se ha ampliado mediante la red telefónica. Casi el 50 por ciento de las familias de Lima tienen acceso a telefonía fija, aunque esta varía grandemente según la zona. Lima Central es la más conectada y Lima Sur es la de mayor atraso en este aspecto.

Sin embargo, tal vez lo más interesante del tema es el desarrollo experimentado por la telefonía móvil, la cual, gracias a una mejor adaptación a las necesidades y, sobre todo, a la realidad económica del público usuario, ha podido lograr importantes niveles de penetración en el mercado en poco tiempo, en Lima Central y en

Lima Conurbana. En este sentido, la telefonía prepago, con tarjeta para uso limitado, es la más difundida en toda la ciudad, y llega en muchos casos a suplir a la telefonía fija.

Cuadro 73
Cada vez más «desenchufados»



El desarrollo de la telefonía es especialmente importante si tenemos en cuenta la posibilidad que brinda a las familias limeñas de comunicarse con parientes o amigos en el interior del país o en el extranjero. Este contacto permite la salida o entrada de noticias, tendencias o simplemente experiencias que, de una u otra manera, influirán en el desarrollo de la ciudad.

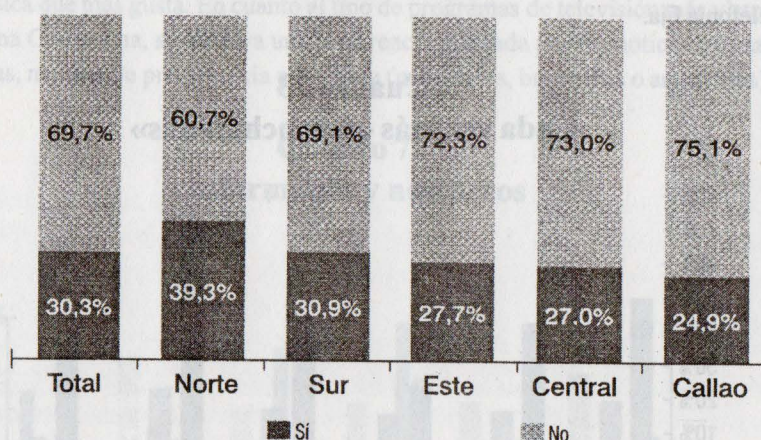
«Pago con tarjeta... Cinco cuotas, por favor»

Aunque el desarrollo del crédito formal es limitado, han surgido y se están difundiendo alternativas de financiamiento, que permiten al consumidor acceder a bienes y servicios a los que antes no podía llegar, no tanto por limitación de su ingreso total, sino por la forma como se percibió (diario, semanal, esporádico).

Al menos un tercio de los limeños tiene experiencia de crédito.

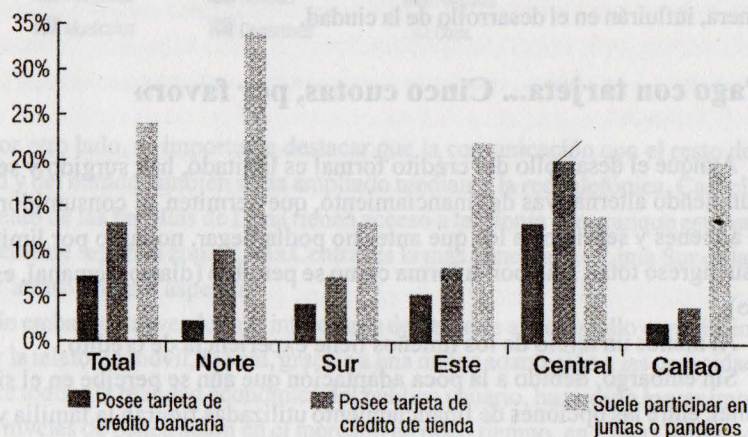
Sin embargo, debido a la poca adaptación que aún se percibe en el sistema formal, entre las opciones de financiamiento utilizadas figuran la familia y, en el peor de los casos, los prestamistas informales.

Cuadro 74
¿Alguna vez solicitó un crédito?



Dentro de las alternativas formales de crédito, quienes habrían logrado una mayor penetración, gracias a su adaptación al mercado local, son las tarjetas de tiendas comerciales, que han experimentado un importante crecimiento en Lima Central y en Lima Conurbana.

Cuadro 75
Formas de acceder al crédito



Con el crédito, sobre todo de las financieras afiliadas a las tiendas por departamento (especialmente Saga Falabella y Ripley), esta barrera ha disminuido considerablemente. Si bien ha aumentado el crédito de tipo bancario, este no lo ha hecho en la misma medida que el de las tiendas, que tienen en conjunto más del doble de tarjetas de crédito emitidas en todo el sistema bancario del país.

Lo interesante es que el crédito de tiendas por departamento hoy se ha ampliado también al consumo en supermercados, permitiendo la compra de alimentos con tarjeta de crédito y ayudando así a superar la necesidad de adquisición diaria que imponía el ingreso diario o esporádico. Además, el crédito de la banca de consumo, al igual que las tarjetas de tiendas, hoy permite acceder a dinero en efectivo, que puede ser utilizado en compras en cualquier lugar, diversificando así la economía y permitiendo al poblador limeño el acceso a adquisiciones de montos mayores imposibles de realizar en el pasado.

En el cuadro anterior se observa un interesante fenómeno, producto de la capacidad del consumidor para reemplazar con opciones informales la no adaptación de las opciones formales: las juntas o panderos. Debido a la falta de adaptación de los sistemas modernos a las necesidades financieras de los pobladores de la ciudad, estos deben recurrir a sistemas tradicionales de financiación grupal, como las «juntas», donde un grupo de personas aporta regularmente una cantidad de dinero, la que es recogida por uno de ellos mediante sistemas de sorteo, remates u otros, de diversa complejidad. En este caso, el sistema es mucho más popular en Lima Norte, donde una de cada tres personas adultas participa en este tipo de ahorro-financiamiento. En Lima Central, que tiene mayor acceso al sistema bancario, su presencia es menor.

Historias de limeños (4)

Lily, Lima Sur

Lily, con 23 años, desde la perspectiva de los estilos de vida, pertenece al grupo de las Modernas. Estudia, trabaja y, por sus actividades, es una «viajera» regular entre Lima Norte y Lima Sur. Vive en Villa María del Triunfo con sus padres y hermanos, trabaja con parte de su familia en Villa El Salvador y estudia en una universidad pública en Los Olivos. Piensa seguir viviendo en su zona, porque, como ella misma dice, «es tranquila y me gusta».

Lily nació en Matucana, al igual que sus padres, el 22 de julio de 1980. Trabaja en un pequeño taller de confecciones que tiene su tía, de 26 años, y estudia en la Universidad José Faustino Sánchez Carrión, sede limeña de la Universidad de Huacho, ubicada en Lima Norte. Allí se forma como futura pedagoga para el nivel de formación primaria.

Es una progresista cabal y siente que debe «luchar duro» para lograr sus objetivos. Es pujante y, prácticamente, vive afuera de su casa. Trabaja doce horas diarias de lunes a viernes, y los sábados y domingos estudia casi todo el día. A causa de la lejanía de su centro de estudios, se pasa seis horas en un transporte público cada fin de semana, solo con el objetivo de estudiar.

Lily habla con energía. La experiencia con el negocio de confecciones de su tía no solo le ha permitido desarrollar su pericia en el planchado de polos, embolsado y etiquetado (en número de cincuenta prendas al día), sino que ha estimulado su vena de emprendedora. «Más adelante quisiera hacer un negocio propio», manifiesta abiertamente.

Esa vocación habría nacido -en parte- fruto de un proceso de adaptación a la capital que ahora ya siente completado, pues desde que llegó a los 16 años, desde Matucana, ha hecho amigos y se siente cómoda en la ciudad. «Me gusta porque por acá es tranquilo. No hay lo que veo en Villa El Salvador, que son las pandillas. Sales a una esquina y ya se están peleando».

Su familia es un baluarte que mantiene como una prioridad. Es más, muchos domingos y días festivos sale con sus padres a visitar a otros parientes en la capital. «Deseo que mis hermanos menores terminen de estudiar, que sean algo, que mis papás estén con salud, que estén con nosotros. Deseo apoyarlos en todo», afirma con mucha seguridad.

En cuanto a sus actividades de consumo, en ocasiones sale con sus hermanos a lugares como el Cine Star -que queda en una calle para-lela a su casa- o, cuando puede, al Cine Planet (es 40 por ciento más caro que el Cine Star) de la avenida Primavera, ya que tiene «mejor el sonido dentro de la sala». Lamenta que en el Cine Star se aglomere mucha gente. «A veces se llena y tienes que ver la película parada... En el Planet no hay cola y nadie se queda de pie».

No obstante, algunos servicios, como los de comida, sí están suficientemente desarrollados por su zona. Al respecto, manifiesta que va «a las pollerías Norky's o a Las Cabañas». Esta última es su preferida «porque el local es más bonito y la atención también, ya que no se demoran en servirnos... También vamos a las cebicherías de por acá, como El Piura-no, o en Lurín a las chicharronerías».

Su hermano, de 26 años, de profesión farmacéutico, tiene en la misma casa una farmacia, que administra con la colaboración de su mamá. En tal sentido, si bien, como resulta evidente, a Lily le complace que haya compañías de renombre por su zona, es consciente de que ello le ha significado una fuerte competencia para el negocio de su hermano. Por eso, confiesa: «No hay mucha venta por acá. Por la avenida está Farma Torres, Limatambo y venden más barato. Nosotros compramos menor cantidad y no podemos vender a esos precios... Creo que la vamos a tener que cerrar».

La competencia ha hecho estragos en uno de los generadores de ingreso de su familia, pero ello no limita su visión respecto a lo que más necesita su zona. De todos modos, afirma que de haber un supermercado cerca, iría allí siempre: «Por acá hay casi todo. En los mercados, particularmente en el de Ciudad de Dios, encuentras lo que necesitas, pero sí haría falta un supermercado... Hay un Santa Isabel que está en la Bolichera, pero es muy lejos... Me gusta más Metro, ya que ¡e encuentran más productos, hasta ropa».

La inclinación de Lily por los supermercados en lugar del mercado tradicional responde, según ella misma, a que «encuentras las cosas más ordenadas y más rápido. Encuentras de todo. En el mercado hay que ir de un lado a otro ya veces da desconfianza comprar carne... ».

Por otro lado, como toda joven, Lily tiene contacto constante con gente de su edad y sabe de la existencia de diversión nocturna en lugares

lejanos a su zona: «Me han hablado de Barranco y del Retablo de Co-mas. Me da curiosidad conocer. Dicen que la gente es buena y los lugares son acogedores». Sin embargo, confiesa que en Lima Sur (su zona) se divierte todos los fines de semana: «Vóy al bulevar de San Juan. Hay buena música... , de todo, desde reggae, hasta salsa, cumbia ... ».

Paralelamente, y a pesar de evidenciar una tendencia consumis-ta, se considera una persona ahorrativa, probablemente de «colchón» o «chanchito», porque, en cuanto a los bancos, manifiesta que no los utiliza pues el dinero que tiene «no es mucho, y además me descuentan por el mantenimiento de cuenta. Al final salgo debiendo... Yo tenía una cuenta que me la pasó mi papá ya las finales no tenía nada, que por un seguro y tanta cosa, así que nos retiramos».

Finalmente, cuando se le preguntó sobre qué esperaba de Lima en el futuro, la respuesta fue inmediata: «Que sea más limpia y que el tránsito esté más ordenado». Respecto a su zona, comentó: «Que haya más lugares para visitar, mejores lugares de recreación y también lugares de estudio ... ».

Capítulo IV

Lima y su futuro

lejanos a su zona: «Me han hablado de Barranco y del Ríoblando de Co. mas Me da curiosidad conocer. Dices que la gente es buena y los lugares son acogedores. Sin embargo, confieso que en Lima Sur (en Lima) se divierten todas las fiestas de semana. «Vé al balneario de San Juan. Hay buena música... de toda desde reggae, hasta salsa, cumbia...».

Paralelamente, y a pesar de evidenciar una tendencia contraria, se considera una persona alternativa, probablemente de «chaleña» o «chilena» porque, en cuanto a los hábitos, manifiesta que no los sigue pues el dinero que tiene «no es mucho, y cuando me descubro por el comportamiento de cuenta. Al final sigue debiendo...».

Finalmente, cuando se le preguntó sobre su futuro de Lima en el futuro, la respuesta fue inmediata: «Que sea más amplia y que el tránsito esté más ordenado. Respecto a su zona, comentó: «Que haya más lugares para visitar, mejores lugares de recreación y también lugares de estudio...».

Ilustración 10
Consolidación del proceso de interculturización,
hacia una Lima más homogénea

¿Cómo será el futuro de Lima?

46

Aunque siempre es asada el pretender anticiparse, es pasible prever el futuro de Lima Metropolitana a raíz del análisis de parte de su pasada, su presente y la que sienten sus actuales ciudadanas respecta a ese futuro.

Muy probablemente, la mezcla de la que aún queda de las culturas provinciana y costeña tradicional seguirá dando forma a la nueva cultura limeña que se viene describiendo.. Ella tenderá sin duda a características cada vez más homogéneas en toda la ciudad, sin que esa signifique que el procesa de interculturización haya terminada. Pueden darse sorpresas en la que se viene en esta Ciudad de los Re-yes, de las Chávez, de las Quispe...

De hecho, cuando se algo que dependa de que tan bien o mal lo hagan en el presente, se puede esperar que, a partir de los resultados de la investigación de campo, en un futuro no tan lejano se produzca el proceso de interculturización, que nos va a llevar a una Lima Metropolitana más homogénea, con menos de «Vías más definidas y canales, una cultura limeña más definida y, especialmente, compartida por todos».

¿Cómo será el mercado de Lima?

Entendiendo al mercado como todo aquello que rodea al consumidor en sí, es muy probable que Lima Metropolitana evolucione en los siguientes sentidos:

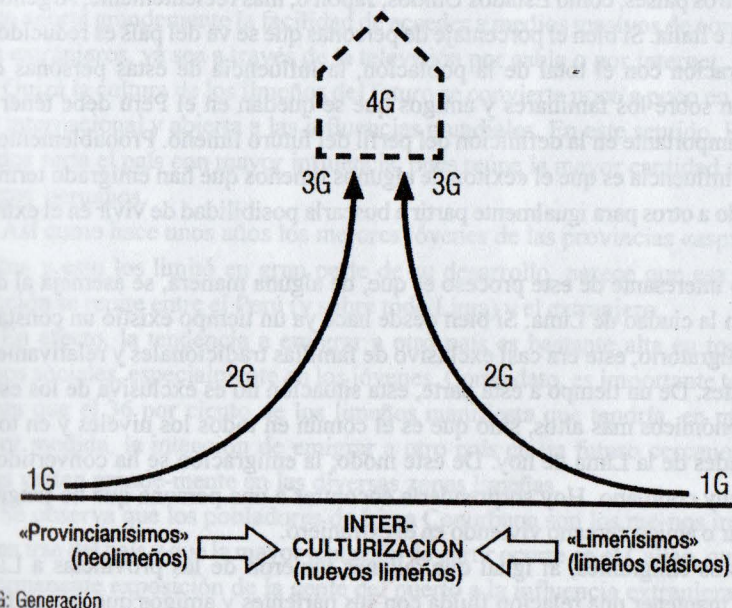
Desde el interior

Si bien el flujo de provincias a la capital no se ha detenido (y de hecho es poco probable que lo haga en forma absoluta), definitivamente se ha visto reducido comparativamente con épocas pasadas. Lima Metropolitana seguirá creciendo, pero lo hará fundamentalmente por el crecimiento natural de la población que ya vive en ella, es decir, fruto de los nacimientos de nuevos limeños, en su mayoría descendientes de provincianos.

En la práctica, esto significa que la mezcla entre culturas ya no va a ser tan brusca como ocurrió en el pasado, pues la «interacción» más traumática ya sucedió con los resultados observados. Lo que sí va a ocurrir es la consolidación del proceso de interculturización, que nos va a llevar a una Lima Metropolitana más homogénea, con Estilos de Vida más definidos y estables, una cultura también más definida y, especialmente, compartida por todos.

Ilustración 10

Consolidación del proceso de interculturización, hacia una Lima más homogénea



Usando la terminología de generaciones descrita en el segundo capítulo, se podría esperar que la cuarta generación, que está pronta a empezar, ya será de un solo grupo de limeños, homogéneos a nivel general, pero respetando su diversidad por Estilos de Vida.

De hecho, aunque es algo que dependerá de qué tan bien o mal lo hagamos en el presente, se podría esperar que, a partir del proceso de regionalización emprendido recientemente, en un futuro no tan lejano se produzca el proceso inverso al vivido en los últimos años, es decir, que gente de Lima regrese a las provincias atraída por oportunidades de desarrollo que no pudieron encontrar en la capital. Este fenómeno, si llega a suceder, seguramente será ventajoso no solo para las provincias que atraigan a los migrantes, sino también para la propia Lima, que tal vez pueda ordenarse un poco más a partir de quienes en definitiva la van a habitar.

«Fuga de talentos»

Un fenómeno relativamente reciente para el país es la emigración masiva hacia otros países, como Estados Unidos, Japón o, más recientemente, Argentina, España e Italia. Si bien el porcentaje de personas que se va del país es reducido en comparación con el total de la población, la influencia de estas personas que emigran sobre los familiares y amigos que se quedan en el Perú debe tener un efecto importante en la definición del perfil del futuro limeño. Probablemente, la mayor influencia es que el «éxito» de algunos limeños que han emigrado termina tentando a otros para igualmente partir a buscarla posibilidad de vivir en el extranjero.

Lo interesante de este proceso es que, de alguna manera, se asemeja al descrito en la ciudad de Lima. Si bien desde hace ya un tiempo existió un constante flujo migratorio, este era casi exclusivo de familias tradicionales y relativamente pudientes. De un tiempo a esta parte, esta situación no es exclusiva de los estratos económicos más altos, sino que es el común en todos los niveles y en todas las edades de la Lima de hoy. De este modo, la emigración se ha convertido en algo muy cotidiano. Hoy sorprendería encontrar a una persona que no tenga un familiar o amigo cercano viviendo en el extranjero.

Estos emigrantes, al igual que quienes vinieron de las provincias a Lima, suelen mantener una relación fluida con sus parientes y amigos que se quedaron en el país, debido a factores emocionales o económicos. Esto último, por ejemplo, en algunos casos ha generado el desarrollo de negocios, como es el caso de muchos taxis o combis comprados con el capital enviado desde el exterior. Por el lado emocional, sin ninguna duda, gran parte del desarrollo de las cabinas de internet en Lima Conurbana se debe a la facilidad que estas brindan para la comunicación con los familiares del exterior. Un caso interesante aquí es el de la tienda en internet de la cadena Wong, que, habiendo sido concebida como una forma de venta a distancia para las ejecutivos y personas que no tenían tiempo para realizar sus compras personalmente, como ocurre en los países más desarrollados, terminó siendo también una forma de envío de productos al hogar peruano, pagados con tarjeta de crédito por los parientes emigrados, desde el extranjero.

La relación entre los que se van del país y los que se quedan de alguna manera hace que estos últimos experimenten la cultura del país donde están los primeros. Parte de estas experiencias son adoptadas en la forma de vida de los que se quedan e influyen en el entorno en el que se desenvuelven. Por supuesto que a esto aporta grandemente la facilidad de acceder a medios masivos de comunicación extranjeros, ya sea a través de la televisión por cable o por internet.

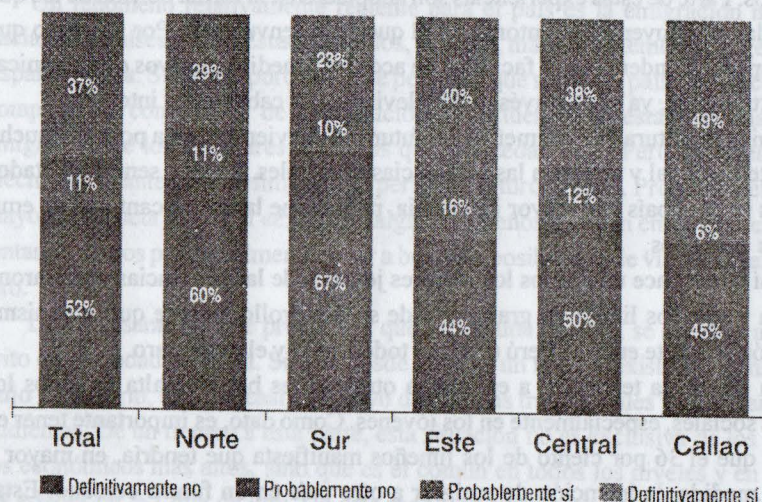
Quizá la cultura de los limeños del futuro se convierta poco a poco en mucho más internacional y abierta a las influencias mundiales. En este sentido, Estados Unidos sería el país con mayor influencia, pues reúne la mayor cantidad de emigrantes peruanos.

Así como hace unos años los mejores jóvenes de las provincias «aspiraron» a Lima y esto los limitó en gran parte de su desarrollo, parece que esa misma situación se repite entre el Perú (y sobre todo Lima) y el extranjero.

En efecto, la tendencia a emigrar a otro país es bastante alta en todos los grupos sociales, especialmente en los jóvenes. Como dato, es importante tener en cuenta que el 36 por ciento de los limeños manifiesta que tendría, en mayor o menor medida, la intención de emigrar a otro país en un futuro cercano. Estas cifras varían grande-mente en las diversas zonas limeñas.

Se observa que los pobladores de Lima Conurbana son los me-nos interesados en irse del país y que la mayor tentación de partir ocurre en el Callao, quizá por la permanente exposición de la gente del puerto a la influencia extranjera. Lima Central y Lima Este le siguen en interés por migrar (con casi el 40 por ciento). Los menos proclives a partir son los ciudadanos de Lima Sur, probablemente porque son lo que más recientemente han migrado del campo hacia Lima.

Cuadro 76
¿Se irá del país?



El «destape» de Lima Conurbana

Sin embargo, debemos llamar la atención sobre el hecho de que Lima Conurbana es mucho más que solo Lima Norte. Como hemos analizado desde diferentes puntos de vista, así como Lima Norte tiene un enorme potencial de desarrollo, Lima Sur, Lima Este e incluso partes no tan desarrolladas de Lima Central (y hasta el propio Callao) también representan importantes polos de crecimiento para la actividad empresarial. Lo interesante de estas zonas es que, comparativamente con Lima Norte, se encuentran prácticamente vírgenes en lo que se refiere a desarrollo comercial. Como vimos antes, en lo referido al entretenimiento, la oferta «moderna» es casi nula. Esto constituye una gran oportunidad para quien decida aventurarse y, tal como en algún momento lo hicieron otros en el norte, convertirse en pionero del desarrollo en la zona, con las claras ventajas que implica ser el primero.

Es claro entonces que los empresarios limeños finalmente estamos descubriendo lo que se suponía el mercado de los «pobres» y el enorme potencial que se ocultaba tras él. Ello augura mayores inversiones y el consecuente desarrollo de todas las nuevas zonas de la ciudad.

Lima Norte... , «para muestra, un botón»

Comunicaciones con identidad norteña (de Lima)

Como ya se ha señalado, existen estaciones de radio, revistas, periódicos y hasta canales de televisión de emisión especializada en determinadas zonas geográficas de Lima Conurbana.

De este modo, especialistas de otros entornos de la comunicación, como internet, han encontrado en Lima Norte una oportunidad para desarrollarse, basándose en una segmentación geográfica. Fue el caso del sitio web *Guía Lima Norte*, espacio virtual especializado en una de las «Limas», en este caso Lima Norte, y en los variados negocios con presencia exitosa en esa zona. La expansión de este sector se observó en esta misma guía virtual, pues, si bien allí figuraba oferta seleccionada de los distritos de Los Olivos, Comas e Independencia, también existían ofertas de San Miguel, donde aún se divertía buena parte de los habitantes de Lima Norte.

Al respecto, Arnaldo Guadalupe, gerente de Comunicación de la referida web, afirma: «Lima Norte ha evolucionado notablemente en cuanto a negocios relacionados con el entretenimiento: las discotecas, los restaurantes y, ahora, los centros comerciales, que destacan por su infraestructura y su variedad. Ante una propuesta grande y diversa, surgió la necesidad de contar con una guía del ocio permanentemente actualizada para precisar y detallar la «ventaja diferencial» de cada uno de estos establecimientos. *Guía Norte* se convirtió en el único compendio de la información y el entretenimiento en el Cono Norte y alrededores».

Televisión por cable

Carlos Ortega, gerente de Marketing de Boga Comunicaciones S. A. (adquirida en 2007 por Telmex Perú), compañía responsable de los servicios brindados por Cable Express, manifiesta que luego de una experiencia inicial de la empresa en los distritos de San Juan de Lurigancho, El Agustino y Santa Anita y, ante la necesidad de buscar nuevos territorios, evaluaron lo que podía significar Lima Norte para su negocio.

El resultado del análisis les arrojó que la población de Lima Norte estaba constituida por: «Familias provenientes de departamentos y provincias de la costa y la sierra norte del Perú, que luego de muchos años de lucha constante en la gran capital habían logrado un espacio importante en la actividad económica de la ciudad. Son, por lo general, comerciantes, pequeños industriales y, en algunos casos, empresarios dedicados a servicios diversos que han concluido la construcción de su vivienda y, por lo tanto, los ingresos familiares con los que durante muchos años levantaron sus casas se constituían en un importante excedente. Es así que sus hábitos de consumo variaron hacia la búsqueda de la comodidad, de una vida más citadina y cosmopolita, que les permitiera darse gustos, vivir bien y con todas las comodidades que su economía les permitía. Esos eran nuestros clientes». Ortega se refiere entonces a familias cuyo jefe corresponde estrictamente al Estilo de Vida de los Progresistas.

El resultado del seguimiento a esa convicción no pudo ser más auspicioso. Luego de iniciar sus operaciones en Lima Norte en el segundo semestre de 1999, en pocos años captaron alrededor de treinta y cinco mil usuarios oficiales, con una participación en el mercado del orden del 17,8 por ciento.

Meganegocios de Lima Norte

Las más impresionantes, coloridas y modernas discotecas, las más grandes tiendas por departamento, los superhostales y otros muchos locales son los que hoy adornan la fisonomía comercial de Lima Norte. Tottus, Ripley Max, Cinemark, Royal Plaza, Metro, la cadena Preco, Marathon; negocios en el rubro de discotecas y peñas, entre los que destacan Kapital, Muelle Inn, Miski Wasi, Mega Rock, entre otros; heladerías, licorerías, tragamonedas y restaurantes de variada sazón y estilo; así como la pizzería La Romana, la pollería Rocky's, Pizza Hut, Bombos, entre otros variopintos negocios, conforman los que podemos llamar los «meganegocios de Lima Norte».

Esta Lima Norte se ha constituido en la «punta de lanza» de esta revolución comercial que sobrecoge a Lima Con urbana y que parece proyectarse a todos los otros lugares de la ciudad. Es el caso del mencionado proyecto de Plaza Puruchuco en Lima Este, en el que entrarían a tallar firmas comerciales que surgieron en la Lima Norte precursora.

El mayor ejemplo de expresión comercial de gran magnitud es el Centro Comercial Mega Plaza, emporio comercial que ha revolucionado la concepción del potencial de Lima Con urbana para hacer negocios. Si bien hasta antes de la construcción de Mega Plaza existían evidencias de lo que significaba Lima Norte como posibilidad comercial, con la aparición de este gran proyecto la teoría se hizo práctica.

Según reflexiona Carlos Neuhaus, director gerente de Inmuebles Panamericana S. A., uno de los principales gestores intelectuales del Mega Plaza: «Conocer en mayor detalle y profundidad la zona me abrió los ojos sobre el hecho de que en Lima hay muchas realidades. Ella no es lo que un grupo de limeños tradicionales vivimos cuando éramos pequeños».

Cuando Neuhaus hace una retrospectiva de lo que motivó la decisión final para la realización de ese centro comercial, afirma: «Tuvimos los estudios iniciales del Jockey Plaza, es decir, cómo se inició y cómo fue desarrollándose. A partir de allí y en función de intereses que teníamos en la zona norte, hicimos algunos sondeos preliminares con personas de la zona y una respuesta nos llamó la atención: «Nosotros también tenemos derecho a nuestro Jockey Plaza' ... Así es que se decidió llamar a Arellano y su empresa, porque conocíamos de él, que tiene un enfoque distinto sobre cómo analizar los patrones del consumidor de los diferentes sectores de Lima, el conservador, el aspiracional, el conformista. Se validó la información por todos lados, se lanzó y felizmente hasta ahora está funcionando bien».

Ese funcionamiento se habría hecho tangible en resultados económicos que superan lo esperado, sobre todo para los negocios llamados «ancla», como Ripley Max y Tottus. En ese sentido, Neuhaus afirma: «En cifras globales, diría que los resultados ocurren por encima de las expectativas». Sin embargo, las exigencias del mercado, como habíamos adelantado, son cada vez mayores, y ya se estarían desarrollando algunas mejoras para modernizar ciertos sectores del centro comercial, las cuales «deberían consolidarse en dos años más».

Pero la competencia no da tregua y, aunque la mayoría de las franquicias con presencia en Lima Norte han adaptado particularidades de su oferta a los requerimientos de ese mercado, hay negocios de la zona que tienen autonomía,

no solo en estilo de presentación, sino también en marca y modelo de negocio. Es el caso de Vicky, local pionero, que, «todo en uno», tiene restaurante criollo, salón de baile, pollería, hostel y un etcétera realmente sorprendente.

Una tesis realizada recientemente por estudiantes de la Maestría en Administración de Negocios de CENTRUM Católica muestra que, en efecto, aun cuando la mayor parte de empresas trata de uniformizar su oferta en toda la ciudad, en la práctica el funcionamiento de sus sucursales se hace diferente. Así, empresas como McDonald's, Santa Isabel o Las Canastas (esta última, contrariamente a las otras, es una empresa que nace en Lima Norte y luego va a Lima Central) se ven obligadas, casi sin notario, a variar su oferta de productos, sus promociones, su música de fondo y, en general, casi toda su propuesta comercial a las características específicas de cada una de las zonas de Lima, fundamentalmente Lima Central y Lima Conurbana. En algunos casos, esa adaptación es consciente y voluntaria, como la de algunas clínicas que cambian ligeramente su nombre, supuestamente para señalar que la oferta es similar, pero no idéntica.

El frente educativo

Otro de los campos donde la explosión y el crecimiento futuro de Lima Conurbana se observa con mayor claridad es en el de la educación. Sin duda, la baja edad promedio y el gran deseo de superación de las personas de Lima Conurbana han sido los elementos motivadores de la inversión educativa en esas zonas. Así, en Lima Norte se puede observar una oferta muy interesante de centros de enseñanza de idiomas, como en la Asociación Cultural Peruano Británica, CICEX y varios otros, que se llenan de estudiantes, muchos de ellos quizá esperando tener la herramienta para partir algún día o, esperemos, para usar mejor la tecnología e información que reciben mediante internet. Igualmente, se observa una gran cantidad de institutos de enseñanza técnica, como SISE, Cesca, Abaco, Latino y el tradicional Senati, que, si bien ya tienen presencia desde hace unos años en la zona, ahora esta se hace más evidente y aceptada.

Tal vez lo más saltante del posible futuro de Lima Conurbana es la aparición de universidades que no se ven en otras partes de Lima Metropolitana. El caso

más claro es el de la Universidad Católica Sede Sapientiae, patrocinada por el Arzobispado de Carabayllo, que surgió en Lima Norte y que con sus facultades de Administración y Educación se ha constituido en una alternativa casi aspiracional para los jóvenes de la zona.

Paralelamente, resulta mucho más interesante ver que, a falta de oferta limeña, algunas universidades de provincia han comenzado a conquistar el mercado de Lima Conurbana. Casi sin que se den cuenta las universidades de Lima Central, en Lima Norte existen facultades y programas de universidades del norte del país, como José Faustino Sánchez Carrión, de Huacho, y César Vallejo, de Trujillo.

Todo lo anterior, seguramente, viene constituyendo desde ya un ejemplo que animará a los inversionistas, empresarios y a todo hombre de negocios a poner sus ojos no solo en Lima Norte, sino en toda Lima Conurbana y en aquellas zonas de Lima Central que reclaman servicios adaptados a su realidad.

En este punto no se puede dejar de insistir en que cada zona tiene sus particularidades, por lo cual, antes de poner un negocio, por pequeño que sea, es recomendable conocer a fondo el mercado para adaptar de la mejor manera los bienes y servicios a cada tipo de necesidad.

Lo que parece claro es que, mientras más contacto tengan los consumidores con los formatos de negocio modernos, más experiencias irán adquiriendo al respecto y, por ende, exigirán mejor calidad y variedad de servicios. Es decir, lo que está ocurriendo con esta mejoría en los productos es que las propias empresas están «educando» al consumidor y lo están haciendo cada vez más exigente.

Finalmente, es importante expresar que el caso de Lima Norte no se puede explicar como una moda pasajera o una «curiosidad» de la diversa Lima de hoy, sino como un ícono de real potencial de las zonas de la capital que seguramente seguirán y mejorarán su camino.

Desarrollo consolidado de Lima Conurbana

El efecto que va a tener (y, de hecho, ya está teniendo) el descubrimiento del mercado de los «pobres» descrito en el libro es que, poco a poco, a medida que más empresas e instituciones orienten sus productos a ellos, las distintas zonas de Lima Conurbana funcionarán de manera más autónoma e independiente de Lima Central.

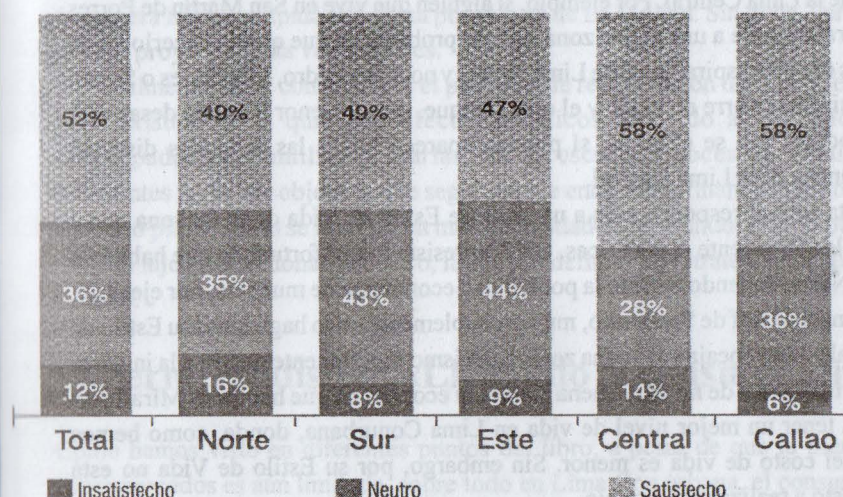
Ya vimos antes que el neolimeño que hoy vive en Lima Conurbana cada vez más trabaja en su zona, y mientras esta misma zona encuentre más bienes y servicios, menos va a necesitar trasladarse a Lima Central. Esto es algo que ya podemos ver con cierta intensidad en Lima Norte. Es muy probable que cuando se «descubran» realmente el sur y el este suceda algo similar.

Al margen de los temas objetivos de vivir o trabajar en la zona, el poblador de Lima Conurbana tiene el deseo y la actitud de quedarse en ella. Él está contento con «su» Lima y no necesariamente está dispuesto a mudarse a otra zona de la ciudad.

Tal como se aprecia en el siguiente cuadro, una tendencia clara es que el poblador de Lima Conurbana está satisfecho de vivir en su zona y, por lo tanto, está dispuesto a permanecer en ella y contribuir a su desarrollo.

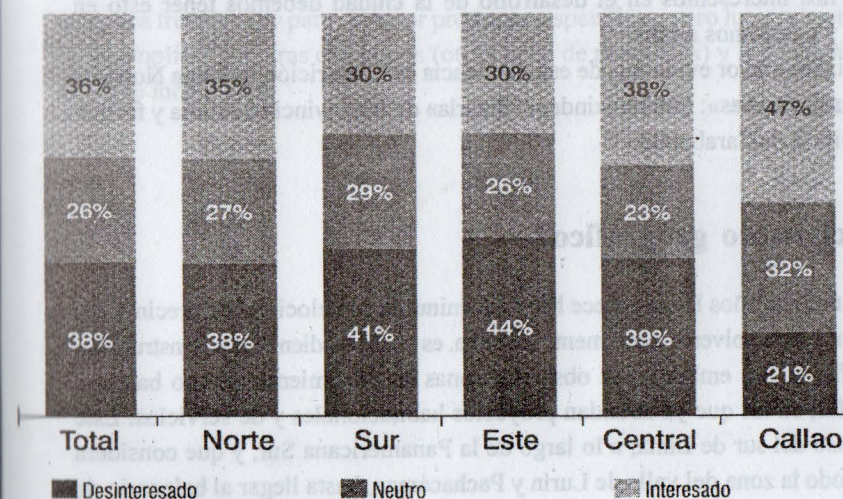
Cuadro 77

Nivel de satisfacción respecto a la zona en la que vive



Cuadro 78

Intención de mudarse de la zona



En todo caso, si en algún momento decidiera mudarse (solo un tercio tendría intención de hacerlo, según el cuadro anterior), lo interesante es que la opción sería otra zona dentro de la misma Lima Con urbana y no necesariamente una zona de la Lima Central. Por ejemplo, si alguien que vive en San Martín de Porres quisiera mudarse a una mejor zona, lo más probable es que quiera hacerlo a Los Olivos (distrito aspiracional de Lima Norte) y no a San Isidro, Miraflores o Surco. Algo similar ocurre en el sur y el este, aunque, por el menor nivel de desarrollo que todavía allí se observa, sí pueden aparecer entre las opciones distritos «cercanos» de la Lima Central.

Esta actitud responde más a un tema de Estilo de Vida de la persona que a variables puramente económicas. Un Progresista o un Afortunado que habita en Lima Norte, teniendo incluso la posibilidad económica de mudarse, por ejemplo, a la zona del Golf de San Isidro, muy probablemente no lo haga, pues su Estilo de Vida tal vez no encaja con dicha zona. Lo mismo seguramente ocurre a la inversa. Es decir, alguien de no muy buena situación económica que habita en Miraflores podría tener un mejor nivel de vida en Lima Conurbana, donde, como hemos visto, el costo de vida es menor. Sin embargo, por su Estilo de Vida no está dispuesto a realizar ese cambio.

Este apego por una u otra zona, que depende fundamentalmente de variables como el Estilo de Vida de la persona, nos permite afirmar que, lentamente, Lima Metropolitana va a estar conformada por «varias» Lima, cada una con su propia vida y en muchos sentidos independientes una de la otra. Quienes por un motivo u otro nos interesemos en el desarrollo de la ciudad debemos tener esto en cuenta y adaptamos a ello.

Quizá la mayor evidencia de esta tendencia es la aparición en Lima Norte de ideas «separatistas»: quieren «independizarla» de la provincia de Lima y formar la provincia de Carabaylo.

¿Crecimiento geográfico?

En los últimos años Lima parece haber disminuido su velocidad de crecimiento horizontal para volverse ligeramente más alta, es decir, tendiendo a la construcción de edificios. Sin embargo, se observan zonas de crecimiento urbano bastante marcadas, en las que ya abundan proyectos habitacionales y de servicios. Este es el caso del sur de Lima, a lo largo de la Panamericana Sur, y que considera sobre todo la zona del valle de Lurín y Pachacámac, hasta llegar al balneario de

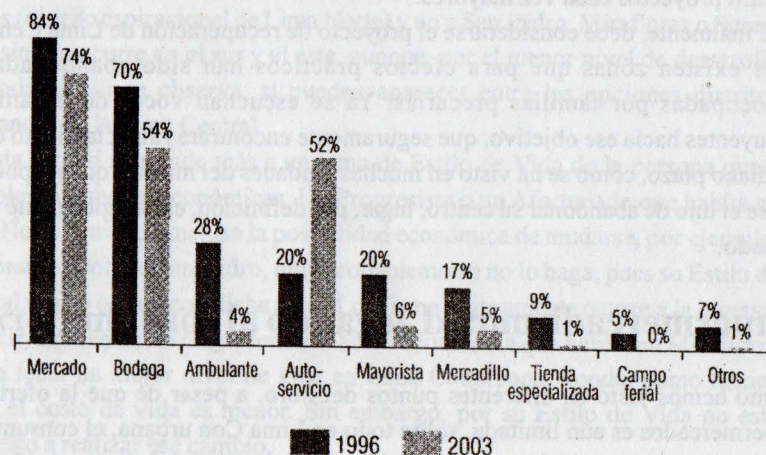
San Bartolo. Ya existen allí áreas residenciales con familias habitando el año entero y no solo en el verano, como ocurría anteriormente. Otra zona de crecimiento urbano inminente es Cieneguilla, que actualmente está casi conectada de manera ininterrumpida con Lima por el lado de La Molina. Sin duda, veremos por allí proyectos cada vez mayores.

Finalmente, debe considerarse el proyecto de recuperación de Lima Central, pues existen zonas que para efectos prácticos han sido abandonadas o desocupadas por familias precarias. Ya se escuchan voces de urbanistas influyentes hacia ese objetivo, que seguramente encontrará financiamiento en el mediano plazo, como se ha visto en muchas ciudades del mundo, que no pueden darse el lujo de abandonar su centro, lugar, por definición, estratégicamente bien situado.

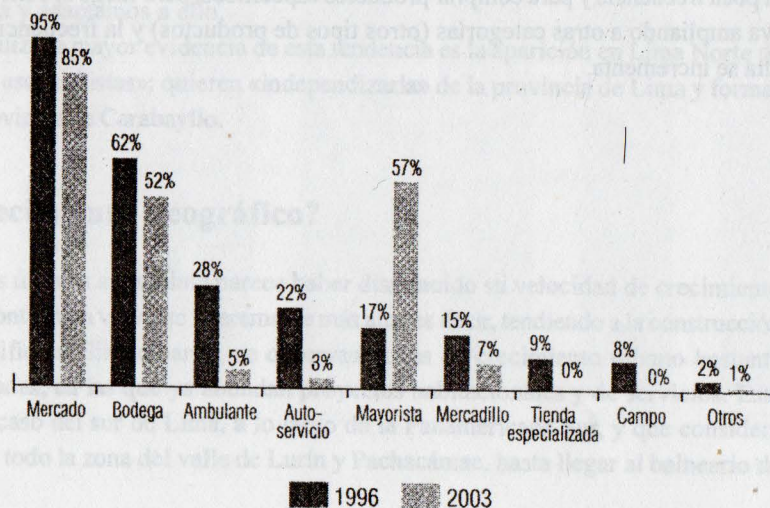
Supermercadismo: «Llegando al consumidor»

Como hemos visto en diferentes puntos del libro, a pesar de que la oferta de supermercados es aún limitada, sobre todo en Lima Con urbana, el consumidor limeño de nuestros días ya tiene una importante experiencia con este tipo de establecimientos y reconoce sus ventajas frente a los canales de distribución (lugares de compra) tradicionales. Esto permite que, en la medida en que la oferta llega y se adapta a la demanda, los consumidores migren hacia estos formatos de consumo moderno. Como ante cualquier situación nueva, al comienzo lo hacen con poca frecuencia y para comprar productos específicos, pero luego el consumo se va ampliando a otras categorías (otros tipos de productos) y la frecuencia de visita se incrementa.

Cuadro 79
Evolución de la compra en autoservicios
(productos no alimenticios, de 1996 a 2003)



Cuadro 80
Evolución de la compra en autoservicios
(alimentos, de 1996 a 2003)



Obviamente, este crecimiento del supermercado ocurre a costa de los canales tradicionales, principalmente las bodegas y, en menor medida, los mercados propiamente dichos. De 1996 a la fecha, la proporción de consumidores que compra en supermercados, al margen de la frecuencia con la que lo hacen, se ha incrementado en 160 por ciento para el caso de productos no alimenticios (higiene, limpieza personal, entre otros) y en más de 300 por ciento para el caso de alimentos.

Los canales que más se afectarían por este crecimiento son los mercadillos y los ambulantes, que prácticamente habrían desaparecido del ámbito de comercialización de este tipo de productos para el hogar.

Un aspecto interesante sobre esta migración paulatina, pero migración al fin, es la reacción que tendrían los canales tradicionales. Ante el avance de los supermercados, podemos distinguir dos tipos de bodegueros: los reactivos, que de alguna manera esperarían lo inevitable, y los proactivos, que ven en su bodega o puesto de mercado una empresa a través de la cual pueden lograr el progreso. Estos últimos están buscando capacitarse y, aprovechando su flexibilidad natural, adaptarse a las nuevas características y exigencias de sus consumidores. Por ejemplo, en Lima Norte existen ya algunos mercadillos que, siguiendo la iniciativa de los mismos propietarios, han cercado su local y han puesto carritos de compra al servicio de las amas de casa, buscando asemejarse a la seguridad y servicio brindado por los grandes supermercados.

Seguramente, aunque tenemos cierto atraso con otros países de la región, el supermercado seguirá creciendo, a costa de los canales tradicionales. Sin embargo, este crecimiento será paulatino y en el camino es probable que surjan alternativas intermedias, que combinen los beneficios de la modernidad con lo bueno de los canales tradicionales, como lo hace actualmente Minka, en el Callao.

¿Cómo evolucionan los limeños?

Hada un nuevo limeño...

Actualmente, el limeño, sobre todo el joven, ya tiene experiencia con formatos de consumo moderno. Como lo vimos antes, ello lo convierte en un consumidor más experimentado, capaz de comparar entre distintas alternativas de bien o servicio y elegir la que mejor satisfaga sus necesidades y expectativas específicas.

Lo interesante de esta evolución del nuevo consumidor limeño es que, a medida que la oferta llegue más y mejor a las distintas zonas de Lima, el proceso se acelerará y tal vez no falte mucho para llegar a ver una Lima en la que los años de «ventaja» que le lleva Lima Central a Lima Conurbana se reduzcan considerablemente.

Sin duda, algo que contribuirá también a este aceleramiento en la evolución hacia un nuevo limeño es el vertiginoso avance de la tecnología en el campo de las comunicaciones.

Los niños y jóvenes de la tercera generación ya han nacido con internet y, como se ha visto, sus hogares tienen acceso a la mayoría de medios de comunicación masivos. La información ha dejado de ser un bien privilegiado de pocos. El estar más en contacto con el mundo facilitará la propagación de la modernidad y las nuevas tendencias. El nuevo consumidor será un limeño mucho más informado y, por lo tanto, tendrá más criterios para tomar decisiones de consumo.

Asimismo, tal como se analizó en el capítulo anterior, si bien el crédito aún presenta un tímido desarrollo en buena parte de la ciudad, lo cierto es que, poco a poco, quienes ofrecen este tipo de servicios están comprendiendo más al nuevo consumidor limeño y, sobre todo, están entendiendo que en ellos hay necesidades y motivaciones distintas, así como realidades que los obligan a adaptar sus productos tradicionales a condiciones no tradicionales.

Con el descubrimiento del mercado de los «pobres» descrito antes, ya algunas entidades financieras han decidido orientar su mirada a estas zonas de la ciudad, hasta hace no mucho tiempo descartadas de plano.

En suma, si hubiera la necesidad de resumir en un par de palabras cómo será

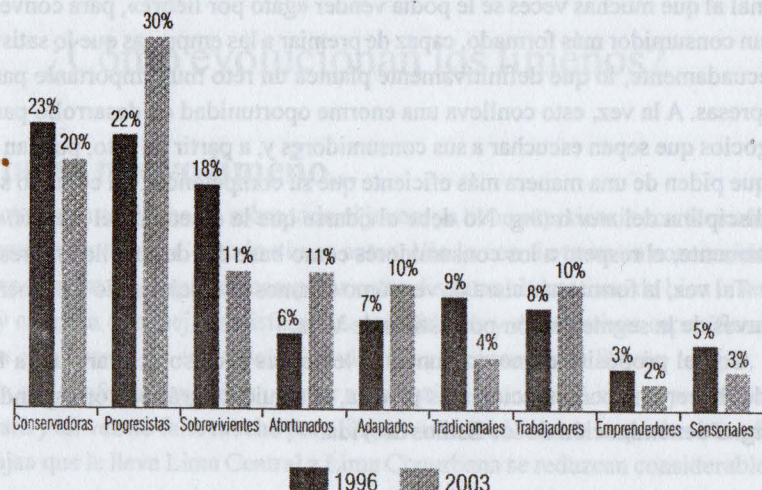
el nuevo limeño, estas serían que será un mejor consumidor. Un consumidor más educado como tal y, por lo tanto, también más exigente en cuanto a sus derechos y satisfacción de necesidades. Está quedando en el pasado ese consumidor tradicional al que muchas veces se le podía vender «gato por liebre», para convertirse en un consumidor más formado, capaz de premiar a las empresas que lo satisfacen adecuadamente, lo que definitivamente plantea un reto muy importante para las empresas. A la vez, esto conlleva una enorme oportunidad de desarrollo para los negocios que sepan escuchar a sus consumidores y, a partir de esto, puedan darle lo que piden de una manera más eficiente que su competencia, tal como lo señala la disciplina del *marketing*. No debe olvidarse que la creencia del *marketing* es, justamente, el respeto a los consumidores como base del desarrollo empresarial.

Tal vez, la forma más clara de ver cómo estamos evolucionando los limeños es a través de la segmentación por Estilos de Vida.

Con el propósito de no confundir al lector, es preciso aclarar que, a fin de poder hacer una comparación más precisa, el siguiente gráfico corresponde a la antigua denominación de los Estilos de Vida.

Cuadro 81

Evolución de los Estilos de Vida (Lima, de 1996 a 2003)



Los Estilos de Vida (analizados en el capítulo II), por describir justamente las formas de ser de las personas, no tienen variaciones estructurales importantes. El Estilo de Vida de una persona puede verse influenciado por diversas variables en el tiempo, pero no necesariamente va a experimentar cambios radicales en periodos cortos.

Sin embargo, el ingreso de nuevas generaciones (y la salida de anteriores) al sistema de clasificación sí puede variar la proporción de los segmentos en la población, tal como ha ocurrido desde el primer estudio realizado en 1996.

Las variaciones principales en la composición de los Estilos de Vida en la capital habrían ocurrido en los segmentos de las Conservadoras, las Trabajadoras, los Progresistas, los Adaptados, los *afortunados* y los Sobrevivientes (ver cuadro anterior).

El importante crecimiento de los Progresistas habría sucedido fundamentalmente por el aporte de las nuevas generaciones, las cuales se diferenciarían de las anteriores por ser más pujantes y prácticas en su búsqueda de oportunidades de desarrollo.

En el caso de las amas de casa, la tendencia apunta a un crecimiento paulatino de las Trabajadoras, a costa de un decrecimiento de las Conservadoras. El ama de

casa de hoy (y, en general, la mujer) ya no se limita a las labores domésticas, y está en capacidad de aportar económicamente al hogar. Esto definitivamente está cambiando actitudes, principalmente en las más jóvenes.

Como se dijo antes, los Afortunados ya no son exclusivos de los barrios pudientes. Como Estilo de Vida, al margen que tengan menor capacidad económica, su presencia se ha incrementado en zonas de Lima Con urbana y, por lo tanto, su número ha crecido.

El segmento de los Sobrevivientes está en franco declive y la tendencia apunta a su desaparición. La razón principal de ello es que se trata de personas de mayor edad que inevitablemente morirán, pero, por otro lado, también está desapareciendo como actitud fatalista de la vida. En tal sentido, la frase «los pobres serán pobres, pero no resignados» parece aseverar este dato.

Un Estilo de Vida que también habría crecido en los últimos años es el de los Adaptados, el cual se concentraría fundamentalmente en personas de edad intermedia a jóvenes.

En suma, tomando como base la macroagrupación descrita en el capítulo II, se puede ver que en Lima adquieren mayor relevancia los Estilos de Vida proactivos o modernos (Progresistas, Afortunados, Adaptados, Trabajadoras) y están en declive aquellos más conservadores (Conservadoras, Tradicionales, Sobrevivientes).

Algunas otras tendencias para tener en cuenta

La investigación realizada, eje de conocimiento del presente libro, ha permitido identificar algunas tendencias importantes que, en el corto, mediano o largo plazo, creemos que pueden tener también una influencia directa en este nuevo consumidor limeño.

Viva la marca Perú, pero de calidad

Este y otros estudios sobre Lima realizados por Arellano Marketing evidencian un resurgimiento en el sentimiento nacionalista de los peruanos, que se estaría trasladando -cada vez más- al consumo.

Un aspecto interesante sobre ese tema es que básicamente se trataría de un nacionalismo «reactivo», pues el sentimiento no habría nacido solo por el amor que se pudiera tener a lo peruano, sino, más bien, como una reacción de defensa ante diversos acontecimientos, como los «maltratos» que, desde la perspectiva de la opinión pública -muchas veces, alimentada por los medios masivos de comunicación-, el consumidor peruano habría sufrido por parte de algunas compañías extranjeras.

El nacionalismo habría surgido también como reacción a la supuesta «invasión» de productos importados, hecho que se asocia directamente a la pérdida de empleos locales, mayores precios, fuga de divisas, etcétera.

Este sentimiento nacional habría nacido también como respuesta a la crisis de valores vivida en el país a finales de la década de 1990. Si antes, al preguntar por personajes admirados, surgía una lista interminable de nombres, hoy, al hacer la misma pregunta, literalmente la gente se queda muda. Ante esta falta de referentes humanos de los cuales enorgullecemos, pareciera que los peruanos buscamos en productos, como la comida o la música, un motivo para mejorar nuestra autoestima.

Lo relevante de este nuevo sentimiento para efectos del mercado es que para el nuevo consumidor lo peruano ya no es más sinónimo de malo, como lo fuera

anteriormente, cuando bastaba una etiqueta de importado para connotar calidad de un producto. Hoy, gracias a la mayor información, la experiencia vivida y el nacionalismo descrito, el nuevo consumidor está en la capacidad de reconocer que, así como existen productos importados, buenos y malos, también hay oferta peruana buena y mala.

Entonces, frente a una eventual «igualdad» de condiciones por el lado de la calidad, el ser fabricado en el Perú se ha convertido en un atributo a favor de los productos locales. Esta cualidad es cada vez más utilizada, no solo para enfrentar a una competencia ya tangible, sino también para preparar a los consumidores (a manera de barreras de entrada) ante la eventual incursión de transnacionales, que, gracias a sus economías de escala, puedan vencer económicamente (precios bajos) a marcas consolidadas en el mercado local. De alguna manera, se podría decir que este sentimiento o movimiento nacionalista en el consumo sería la versión local de las protestas antiglobalización que con frecuencia escuchamos en las noticias.

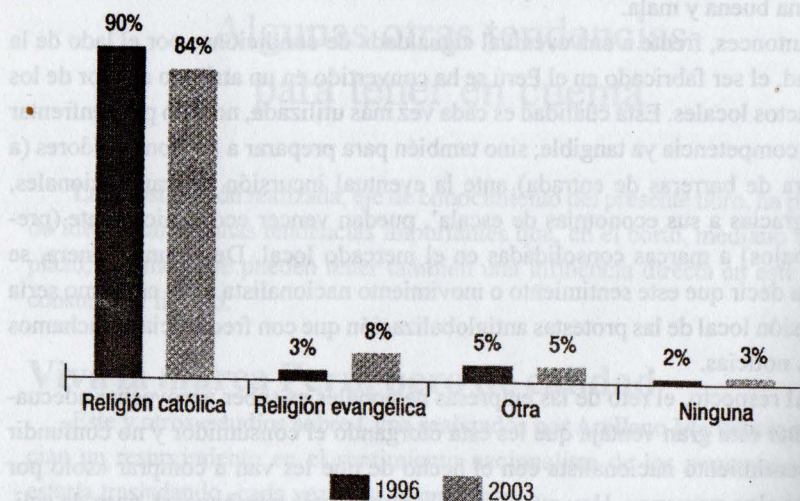
Al respecto, el reto de las empresas nacionales es saber aprovechar adecuadamente esta gran ventaja que les está otorgando el consumidor y no confundir este sentimiento nacionalista con el hecho de que les van a comprar «solo por vender algo peruano». Hay que desarrollar productos peruanos, sí, pero de calidad, para cada tipo de consumidor. Es el momento de fidelizarlos, pero con una base duradera, que es el carácter óptimo del producto.

En el caso específico de Lima, cabe destacar que son justamente en las zonas de Lima Conurbana donde los consumidores habrían desarrollado más este sentimiento nacionalista.

«Llaman a la puerta». El boom de las religiones

El tema religioso, directa o indirectamente, ha tenido y tendrá una importante influencia en el desarrollo del perfil de las personas. Probablemente, dicha influencia también se verá reflejada en su comportamiento general.

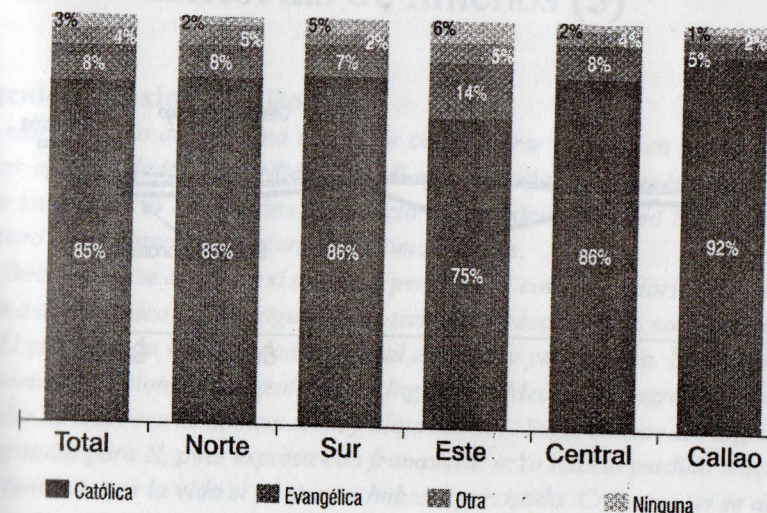
Cuadro 82
Evolución de las religiones de 1996 a 2003



Si bien la gran mayoría de limeños (sea cual fuere su ascendencia) son católicos, es importante notar el rápido crecimiento que tienen otras opciones religiosas, sobre todo en Lima Conurbana y muy especialmente en Lima Este.

Aunque seguramente se trata de un proceso de muy largo plazo y de cuyo futuro seríamos muy aventurados en vaticinar, lo cierto es que el catolicismo pareciera estar perdiendo terreno a favor de opciones como la de los evangelistas, los mormones o los testigos de Jehová, religiones que, como se sabe, conllevan patrones culturales distintos en mayor o menor medida a los característicos rasgos de la religión católica.

Cuadro 83
Religiones por zonas



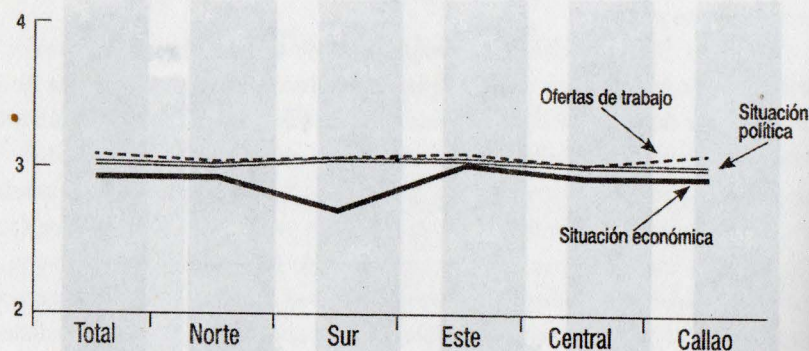
De hecho, estemos seguros de que, así como lo ha hecho en la ciudad capital, este factor será un importante impulsor del desarrollo en todos los departamentos del país.

Un futuro igual para todos: incierto

Algo que lamentablemente parece ser la regla en el Perú de las últimas décadas, y que en definitiva influye en el comportamiento, es la percepción de inestabilidad e incertidumbre político-económica latente en la población. Este sentimiento modifica las expectativas y ánimo de las personas, lo cual a su vez recae en su forma de actuar como consumidores.

Las expectativas para el corto y mediano plazo, si bien no son del todo negativas, reflejan el alto grado de incertidumbre que aún existe en la gente respecto a la política como fenómeno social, inseguridad que no distingue zonas en Lima y que se mantiene más bien muy uniforme.

Cuadro 84
Evolución de la compra en autoservicios



Hacia el futuro

Finalmente, podemos entender a esta Lima y su futuro como un reto, un conjunto de expectativas que deben ser: asumidas y forjadas por todos sus habitantes, hasta convertidas en resultados, con un conjunto de reglas que, sin la necesidad de estar escritas en un papel, deben emanar con la simplicidad que suele enmarcar lo que la realidad irrefutablemente expresa.

Esta Lima «de todas las sangres» debe fundamentar su evolución en el respeto mancomunado de sus ciudadanos, de la admiración compartida de sus diferencias y de la convicción de una homogeneidad no solo observable, sino también lógica, justa y necesaria.

Son detalles de equidad necesarios para una ciudad moderna, mentalmente evolucionada y dueña de una pujanza que la hace única, unida cada vez más por la labor de quienes diariamente la transitan: los Reyes, los Chávez, los Quispe...

Historias de limeños (5)

Ingeniero Máximo San Román

«Me gustaría diseñar una receta de cómo lograr el éxito en un país con tantas oportunidades desperdiciadas. Mi madre decía que la mejor herencia para un hijo es la educación», sentencia el ingeniero Máximo San Román. Máximo es un digno cholo triunfador, como muchos.

Terco, como se califica a sí mismo, y persistente, como es notorio en él, vino a Lima desde Cusco «al día siguiente de terminar la secundaria, con mi hermano. Él postuló a la Universidad Nacional Agraria y yo, de paso, intenté en la Universidad Nacional de Ingeniería, en Ingeniería Mecánica. Ingresé y fui merecedor de una beca de alimentación y alojamiento». Seguramente ese logro no fue gratuito para él, pues expresa con franqueza: «Yo habría perdido muchas oportunidades en la vida si es que no hubiese persistido. Creo que no se debe ser conformista. Se debe criticar con más intensidad el trabajo propio que el ajeno. Se deben asumir retos».

Sus rasgos culturales y físicos, plenamente definidos, perfilan un alma provinciana que él mismo describe de la siguiente manera: «Algo fundamental que existe en el andino y provinciano es ser comedido. Los provincianos nos caracterizamos por la humildad que poseemos. Debemos ser voluntariosos y serviciales».

Sabe bastante de la lucha en la capital, una lucha que en un principio intentó enfatizar consigo mismo más que en su entorno: «En alguna ocasión tuve que negar que era cusqueño, porque fui maltratado, sancionado: «Tú eres cusqueño»: me dijeron». Pero eso no lo disminuyó. Todo lo contrario: «Lo primero que se debe hacer como inicio de un éxito es reconocerse a uno mismo, admirarse de sus raíces, respetarse y hacerse respetar».

Su rostro peruano, como él mismo afirma, y todo lo que este supone, le significó una lucha constante, situación que persiste en muchos lugares de Lima y que Máximo administra con sonrisas y cierta preocupación: «Existe en el país una discriminación racial terrible y es algo que debemos superar. El peor adversario de un cholo es otro cholo... Yo no puedo ni quiero cambiar mi rostro».

Efectivamente, este serrano, dicho con gusto y respeto, siente que conquistó Lima. Para muestra, basta ver su red de panaderías y Nava, su empresa de fabricación de máquinas para panadería que exporta a diecisiete países. Por si no fuera suficiente, hay que recordar que llegó a ser vicepresidente constitucional del Perú, cargo que dejó por estricto respeto a la Constitución. Ahora, nos dice, siente la necesidad de compartir ese éxito a través de la Fundación San Román, ente de apoyo social del cual es presidente y fundador.

En un intento por sintetizar pragmáticamente lo que, para él, es la esencia de la cultura chola, San Román se autodefine como un empresario forjador de las que él llama «cholo-matizadas», ideas plasmadas en productividad que, con atrevimiento, han abierto el mercado mundial a su compañía. En este ámbito, el conocimiento, los valores y la productividad son los eslabones que define como variables claves de su desarrollo: «Uno debe competir en el campo del conocimiento. En el campo del conocimiento no hay discriminación», dice.

Para Máximo, creer que podemos ser los mejores, el trabajar para lograr aquello, el basar esa expectativa en la aceptación de una identidad, propia, peruana, es la premisa del éxito en cualquier parte del mundo, una conquista que empieza en uno mismo y se consolida: «Las máquinas Nava empezaron porque me propuse hacer la mejor máquina de hacer pan del mundo, y ahora somos la única empresa en el planeta que vende la línea de panadería completa».

Máximo es quizá un claro ejemplo de los que forjaron esta nueva Lima, y que facilitaron el acceso de todos los neolimeños de las generaciones siguientes.

Historias de limeños (6)

Claudio, Lima Norte

A sus 18 años, Claudio tiene las ideas muy claras respecto a su futuro. 17ecino del distrito de Los Olivos y estudiante de segundo ciclo de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad del Pacífico, cuando acabe su carrera quiere hacer una maestría en el extranjero. Evidentemente, desde la perspectiva de los Estilos de Vida, es un Sofisticado y, de hecho, se siente así.

Claudio nació en una clínica conocida de la Lima Central y tiene ascendentes selváticos, tanto de padres como de abuelos. Sus papás son de Iquitos y vinieron a Lima en la década de 1970.

Junto con otros familiares cercanos, habita un hogar constituido por un conjunto de ocho personas. Se trata de una casa propia que compró tiempo atrás su abuelo y que ahora cobija a sus padres, primos, tíos y abuela.

Actualmente, su vida gira alrededor de las actividades académicas.

Todas las mañanas, de lunes a viernes, sale a las seis y media para dirigirse a la universidad. A excepción del lunes, todos los días almuerza en una pensión y, como él mismo manifiesta, pasa prácticamente todo el día fuera de su zona: «Llego acá alrededor de las cinco de la tarde, a veces a las ocho y media de la noche. Me doy una ducha para que se me pase todo el cansancio del día, primero puedo ver tele, después empiezo a ver lo que he hecho o, en vez de ver tele, entro a internet un rato, ya que está de moda el Messenger. Ahí me distraigo un poco. Después, a estudiar».

Para Claudio, uno de los privilegios que le ha traído la modernidad y el esfuerzo de sus padres es el poder contar con internet en su propia casa y a tarifa plana. Al respecto, confiesa: «A veces por el Messenger nos preguntamos [los compañeros de estudios] cómo sale este problema de Matemática o de Excel.. y así, cuando estamos en línea, podemos intercambiar consejos, si es que tenemos dudas».

Para un joven como él habitante de Lima Norte, la tecnología de las comunicaciones expresada a través de internet le ha significado una gran oportunidad para vencer las barreras de la distancia de donde vive, sobre todo en relación con sus demás amigos de la universidad. En ese sentido, reflexiona: «La Universidad del Pacífico es de un nivel económico alto. Hasta ahora no conozco a nadie que vive por aquí. La mayoría esta tirada para el sur (Lima Central), viven por San Borja, La Molina, Rinconada, San Isidro,

San Isidro, Chorrillos. El más cercano vive en San Borja, unas cuadras antes de llegar al Jockey Plaza ... En eso sí tengo que sacrificarme un poco, sobre todo cuando hacemos trabajos grupales». Si bien manifiesta abiertamente su satisfacción por lo que ha significado el Centro Comercial Mega Plaza como lugar para, por ejemplo, ir al cine, el tema de seguridad de la zona en la que vive aún le preocupa, aunque cada vez menos: «Antes se veían peleas de barras bravas apenas a la vuelta de mi casa». Hoy, eventualmente, junto a sus primas (que viven en su casa), se da el lujo de ir a los cines de su zona, que, según manifiesta, por su modernidad, pueden ser mejores que muchos -sino todos- de Lima Central' «Son buenos cines. No tienen nada que envidiar a los demás».

También muestra satisfacción a la hora de calificar la cercanía de otras compañías de servicios. Así, manifiesta: «Pizza Hut ahora está a cinco minutos de mi casa. La Romana también. Antes estaban en los distritos más tradicionales, ahora están acá. Está Kentucky, está todo lo que ha traído el Tottus y antes el Hipermercado Metro. Ahora abrieron un Santa Isabel por acá, está muy comercial esta zona». Aunque pueda parecer así, este tipo de servicios modernos no son una novedad para Claudio. Él ya ha visto muchos y, por las razones que él mismo expone, ahora, cada vez más, se siente mejor en su propia zona (Lima Norte). En tal sentido, comenta: «Antes iba a Plaza San Miguel porque me gusta estar en buenos cines ... Pero era un trayecto bárbaro, los sábados el tráfico era terrible en la avenida Universitaria. Llegaba muy tarde a casa. A veces, tenía que estudiar y ya era perder bastante tiempo. En cambio, acá puedo ir caminando, el precio está casi igual.. Inclusive está mejor: cuesta ocho soles. En Plaza San Miguel está diez y en el Jockey Plaza, quince».

Para él todos estos factores han ido sumando a favor de su zona, aspectos que, sin embargo, aún no cubren a cabalidad sus expectativas, exigentes y ambiciosas, propias de los Sofisticados, que en su caso se cifran en una mayor seguridad y, sobre todo, desplazamientos más cortos. Al respecto, menciona la admiración por San Isidro: «Me parece un distrito tranquilo, agradable y, además, puedes llegar rápido adonde quieras ir... Y no es solo cuestión de estatus. Por ejemplo, tengo un amigo que vive en Rinconada del Lago, que, si sale a las siete de la mañana de su casa, llega tarde a la universidad. Llega en cincuenta minutos y en carro particular. Todo debido al tráfico, pues dice que se estanca. Sería el mismo problema si es que me voy a vivir allá».

Anexo

Alcances de la investigación

Los datos para este documento se sustentan en un plan de investigación contemplado, que contempló análisis de datos históricos, reunión de datos secundarios, entrevistas a profundidad a diversos autores de la nueva Lima y entrevistas a profundidad a lo largo de una gran cantidad de grupos de discusión realizados por Arellano Marketing. Todos estos métodos fueron realizados por una encuesta extensiva realizada a mil dos personas mayores de

veinte años de cinco mil horas hombre de trabajo, que dieron como resultado la mayoría de ellos no consignados en este libro, sobre las actitudes generales y de consumo de productos específicos de los hogares, los datos fueron traducidos en:

Los datos por tipo de consumidor de bienes y servicios específicos, los datos por estilo de vida y nivel socioeconómico, edad y sexo, los datos específicos por zonas de casa. En todos ellos se comparó una serie de componentes sobre aptitudes, motivaciones, expectativas, uso de los medios masivos de comunicación y datos diversos.

Los datos de todo tipo de consumidor (ciudades, distritos, Estilos de vida, etc.)

Los datos de diversos tipos de servicios (restaurantes, cines, bancos, etc.)

Los datos de deportes, tiempo libre, etc.

Los datos de hogares (hogar, etc.)

Los datos por zona de casa (zona, etc.)

San Isidro, Chiriquí: El niño crecía en San Isidro, una ciudad antes de llegar al Jockey Plaza... En eso sí tengo que sacrificarme un poco, sobre todo cuando hacemos trabajos grupales. Si bien manifiesto abiertamente su satisfacción por lo que ha significado el Centro Comercial Mega Plaza como lugar para, por ejemplo, ir al cine, al tema de seguridad de la zona en la que vive aún le preocupa, aunque cada vez menor: «Antes se veían pocas de barras bravas aporreando a la gente de mi casa. Hoy, eventualmente, pero a sus primos (que viven en su casa) se da el lujo de ir a la zona de su zona, que según manifiesta por su modernidad, pueden ser mejores que muchas «zonas malas» de Lima Central». «Son buenas cosas. No tienen nada que envidiar a las demás».

ANEXO
También muestra satisfacción por la calidad de ciertos servicios de compañías de servicios. Así, manifiesta: «Antes iba a cinco minutos de mi casa. La Ravana también. Antes estaban en las distritos más tradicionales; ahora están acá. Está Kentucky, está todo lo que ha traído el Toltus y está el Hipermartido Metro. Ahora abrirían un Santa Isabel por acá, está muy comercial esta zona». Aunque pueda parecer así, este tipo de servicios modernos no son una novedad para Claudia. El ya ha visto muchos y por las razones que al mismo opone, ahora, cada vez más, se siente mejor en su propia zona (Lima Norte). En su sentido, comenta: «Antes iba a Plaza San Miguel porque me gustaba estar en buenas zonas... Pero era un tráfico bárbaro, los señores de tráfico era terrible en la avenida Universitaria. Llegaba muy tarde a casa. Y una vez más que estudiar y ya era perder bastante tiempo. En cambio, acá está la Universidad, el precio está casi igual. Incluso está mejor, cuesta como en Plaza San Miguel, que diez y en el Jockey Plaza, quince».

Para él todos estos factores han ido sumando a favor de su zona, excepto que, sin embargo, aún no cubren a cabalidad sus expectativas, especialmente en lo que respecta a la seguridad, que en su caso se refiere a una zona segura y, sobre todo, desplazamientos más cortos. Al respecto, manifiesta su admiración por San Isidro: «Ese parece un distrito tranquilo, seguro, además, puedes llegar rápido adonde quieras ir... Y no es solo porque está cerca. Por ejemplo, tengo un amigo que vive en Rimac y él me dice que él solo a las siete de la mañana de su casa, llega tarde a la universidad, toma cincuenta minutos y en carro particular. Todo debido al tráfico, pero él no se estanca. Sería el mismo problema si es que me voy a vivir allá».

Medios masivos de comunicación (televisión, radio, prensa, etc.)
Expectativas (políticas, económicas, etc.) de consumo
Metodología de la investigación cualitativa
El diseño muestral de la investigación cualitativa se centra en el conocimiento de la ciudad, como sigue:

Selección y cobertura del marco muestral
La población en estudio estuvo definida como el conjunto de hogares y personas que residen en la ciudad de los Reyes, de los Chaváz, de los Quispe, etc.

Alcances de la investigación

Los datos para este documento se sustentan en un plan de investigación multimétodo, que contempló análisis de data histórica, reunión de data secundaria, entrevistas a profundidad a diversos actores de la nueva Lima y recolección de información muy diversa a lo largo de una gran cantidad de grupos de enfoque (*focus groups*) realizados por Arellano Marketing. Todos estos métodos fueron completados por una encuesta extensiva realizada a mil den personas mayores de 16 años.

Fueron más de cinco mil horas hombre de trabajo, que dieron como resultado datos detallados, la mayoría de ellos no consignados en este libro, sobre las características generales y de consumo de productos específicos de los limeños.

Todos estos datos fueron traducidos en:

- Perfiles por tipo de consumidor de bienes y servicios específicos.
- Perfiles por Estilo de Vida y nivel socioeconómico, edad y sexo.
- Perfiles específicos por amas de casa. En todos ellos se compara una serie de componentes sobre aptitudes, motivaciones, expectativas, uso de los medios masivos de comunicación y datos diversos.
- Perfiles de todo tipo de consumidor (edades, distritos, Estilos de Vida, etcétera).
- Clientes de distintos tipos de servicios (restaurantes, cines, bancos, etcétera).
- Aficiones (deportes, tiempo libre, etcétera).
- Motivaciones (logro, estatus, etcétera).
- Análisis por amas de casa (gasto, intereses, etcétera).

- Medios masivos de comunicación (televisión, radio, diarios, etcétera).
- Expectativas (política, trabajo, economía, etcétera).

Metodología de la investigación cualitativa

El diseño muestral de de la investigación cualitativa se enfocó de la siguiente manera:

Población y cobertura del marco muestral

La población en estudio estuvo definida como el conjunto de hogares y sus habitantes, residentes habituales de la ciudad de Lima Metropolitana.

Se excluyó del estudio a la población residente en las viviendas unipersonales y colectivas.

El marco muestral que se utilizó contiene el conjunto de zonas y manzanas, que cubren el 100 por ciento de la población bajo estudio. Puesto que esta encuesta ha comprendido un diseño muestral bietápico, fue necesario elaborar un marco para cada etapa de selección.

El marco muestral empleado para la primera etapa consiste en un directorio de conglomerados, los cuales están conformados por una o más manzanas contiguas que en conjunto tienen aproximadamente cincuenta viviendas.

En la segunda etapa de muestreo, para cada conglomerado de la muestra se eligieron al azar cinco números.

Tipo de muestreo

La muestra fue probabilística, de áreas, bietápica, estratificada e independiente en cada zona geográfica.

Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra se determinó sobre la base de la siguiente información:

- P: 50 por ciento (máxima variabilidad en el universo).
- Z: Valor de la abscisa de la distribución normal al 95 por ciento de confianza.

- D: Margen de error: 2,955 por ciento.
Un tamaño de muestra obtenido es de mil cien viviendas.

Distribución de la muestra

La distribución de la muestra se hizo de acuerdo con la estructura poblacional de la ciudad, como sigue:

Selección de la muestra

El método general de selección involucró el reordenamiento de las unidades de área por criterios geográficos en la primera etapa de muestreo, para luego seleccionar la muestra en forma sistemática con probabilidad proporcional al tamaño (PPT). La medida del tamaño fue el número de viviendas.

La segunda etapa de muestreo se realizó de la siguiente manera:

- En la oficina a nivel de cada conglomerado seleccionado en la primera etapa de muestreo, se eligieron en forma sistemática simple con arranque aleatorio cinco números, los cuales identificaban a las viviendas seleccionadas para la entrevista.
- El entrevistador en el terreno procedió a efectuar el conteo de viviendas. Cuando el conteo coincidió con el número de la vivienda seleccionada, se procedió a efectuar la entrevista en esa vivienda, y así sucesivamente hasta completar la carga de trabajo (cinco viviendas).

Referencias bibliográficas

- ALTERNATIVA (1999). «Cono Norte de Lima Metropolitana». Centro de Investigación Social y Educación Popular.
- ANÓNIMO (1946). *El Perú y la inmigración de posguerra*. Ensayo manuscrito.
- ARELLANO, Rolando (1989). *Pequeña y mediana industria: visión de los empresarios*. Lima: ESAN.
- (2000). *Los Estilos de Vida en el Perú, Cómo somos y pensamos los peruanos del siglo XXI*. Lima: CYM.
- (2001). *Comportamiento del consumidor. Enfoque América Latina*. México D. E: McGraw-Hill.
- ARELLANO, Rolando y otros (1993). *Les entreprises informelles dans le monde*. Québec: Les Presses de l'Université Laval.
- BECERRA, Jimena y otros (2003). *Estrategias exitosas de marketing de empresas que operan en el Cono Norte de Lima*. Tesis de Maestría CENTRUM Católica.
- BROMLEY, Juan (1946). *Hacia la estructuración legal y municipal de la gran Lima*. Ensayo manuscrito.
- BROMLEY, Juan y BARBAGELATA, José (1947). *Evolución urbana de Lima*. Lima: Lumen.
- EL COMERCIO (1990). Sección Metropolitana. «La expansión de los asentamientos humanos».
- EXPRESO (2000). «Lima, paseos por la ciudad y su historia».
- GOLTE, Jürgen y ADAMS, Norma (1987). *Los caballos de Troya de los invasores. Estrategias campesinas en la conquista de la gran Lima*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMÁTICA (2000). *Resultado de Encuesta Nacional de Hogares 1997-1998*.
- (2000). *Estado de población peruana 2000*.
- (2001). *Almanaque de Lima y Callao*.

- MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL (1960).
Barriadas de Lima Metropolitana.
- MUNICIPALIDAD DE LIMA METROPOLITANA (1990). *Plan de desarrollo metropolitano de Lima-Callao 1990-2010.*
- MUNICIPALIDAD DE VILLA EL SALVADOR (2010). Sitio web oficial.
- SOTO, Hernando de (1986). *El otro sendero.* Lima: Instituto Libertad y Democracia.
- (2001). *El misterio del capital.* México D. E: Diana.
- VARIOS (1986). *Diccionario histórico y bibliográfico del Perú, siglos XV-XX*, tomo II. Lima: Milla Batres.
- VASQUEZ, Mario (1951). *La cultura chola o lo cholo en el Perú.* Lima: Congreso Internacional de Peruanistas.
- VILLARÁN, Fernando (1987). *La pequeña empresa, una alternativa tecnológica para el sector industrial.* Lima: Fundación Friedrich Ebert.

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL (1990). *Barrios de Lima Metropolitanos*.

MUNICIPALIDAD DE LIMA METROPOLITANA (1990). *Plan de desarrollo metropolitano de Lima-Callao / 1990-2010*.

MUNICIPALIDAD DE VILLA EL SALVADOR N. (2010). Sitio web oficial.

SOTO, Hernando de (1986). *El oro andino*. Lima: Instituto Libertad y Democracia.

(2007). *El misterio del capital*. México D. E.: Diana.

VARO'S (1986). *Diccionario histórico y bibliográfico del Perú, siglos XV-XX, tomo II*. Lima: Milla Batall.

VASQUEZ, Mario (1991). *La cultura chola y la elite en el Perú*. Lima:

1990. Congreso Internacional de Peruanistas.

VILLARÁN, Fernando (1997). *El sector textil en el Perú: un estudio del sector textil en el Perú*. Lima: Ibero.

Este libro terminó de imprimir
en los talleres gráficos de
METROCOLOR S.A.,
Los Gorrones 350, Lima 9, Perú
en febrero de 2012

Este libro terminó de imprimir
en los talleres gráficos de
METROCOLOR S.A.
Los Corrales 350, Lima 9, Perú
en febrero de 2012

Rolando Arellano Cueva es uno de los más reconocidos expertos en *marketing* para países en desarrollo. Psicólogo de la Pontificia Universidad Católica del Perú, máster en Administración de ESAN (Perú) y doctor en Administración de Empresas de la Universidad de Grenoble (Francia), ha sido profesor principal y director de la Maestría en Negocios Internacionales de la Universidad de Laval de Québec (Canadá), y director de la Maestría de ESAN. Es docente de la escuela de negocios CENTRUM Católica y en universidades de diversos países de América.

Es presidente de Arellano Marketing Investigación y Consultoría, empresa con la que realizó los primeros estudios sobre Estilos de Vida en Latinoamérica, y que tiene como clientes a prestigiosas empresas nacionales e internacionales. Asimismo, es representante de Esomar (originalmente la European Society for Opinion and Marketing Research, hoy Asociación Mundial de Investigadores de Marketing).

Ha escrito trece libros que se han editado en países como Canadá, España, México o el Perú. Sus artículos se han publicado en libros, revistas académicas y especializadas. Ha sido presidente fundador de la Sociedad Peruana de Marketing y es columnista del diario *El Comercio*.

David Burgos Abugattás es máster en Administración de ESAN (Perú) y tiene estudios de posgrado de Estadística Aplicada en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Ha sido profesor de la escuela de negocios CENTRUM Católica y analista en Arellano Marketing. Desde 2005 se dedica a la investigación en *marketing* en Estados Unidos.



Mientras las familias burguesas latinoamericanas, de Lima, Caracas, Guayaquil o Ciudad de México, veían disminuir poco a poco su importancia social y sus ingresos y se quejaban de la «desaparición de la clase acomodada», en los alrededores de sus ciudades surgía una sociedad distinta, que crecía y se desarrollaba sin pausa. Los habitantes de esos nuevos barrios, contrariamente a sus vecinos del centro, durante los últimos cuarenta años vieron crecimiento y progreso en sus familias y sus vidas. El abuelo, campesino rechazado por el campo, conquistó un pedazo de cerro o arenal y comenzó con una casita de pajas y cartones. El padre creció en el primer piso de una casa de ladrillos y fue chofer de taxi. Finalmente, el nieto vio ya la casa con tres pisos y estudia para ser especialista en computación.

Dicen que en todos los fenómenos naturales los extremos tienden a juntarse. En este caso, parece que esa conjunción ocurre en el encuentro entre los burgueses en su bajada al llano y los migrantes en su subida económica y social. Este libro es la constatación de ese encuentro, en la ciudad de Lima, Perú.

“La tesis central de este libro es que la realidad, la identidad, la psicología, la antropología, las tripas y las raíces de Lima, la ciudad capital del Perú, la ciudad de las mil cabezas, el monstruo devorador de ocho millones de seres humanos, ha sufrido una metamorfosis que ni el propio Kafka hubiera podido imaginar”.

Abelardo Sánchez-León

ISBN: 978-9972-239-98-4



9 789972 239984

